

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

“OS OLHOS DO BRASIL”: A EMPRESA MUDIÁTICA E A IDEIA DE NAÇÃO

TALITA BANDEIRA CORRÊA

Porto Alegre
2018

TALITA BANDEIRA CORRÊA

“OS OLHOS DO BRASIL”: A EMPRESA MIDIÁTICA E A IDEIA DE NAÇÃO

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador:

Prof. Dr. Fábio Bittencourt Meira

Banca examinadora:

Prof. Dr. Marcio Silva Rodrigues
Universidade Federal de Pelotas

Prof.^a Dr.^a Mariana Baldi
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Prof.^a Dr.^a Rosimeri Carvalho da Silva
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Porto Alegre
2018

CIP - Catalogação na Publicação

Bandeira Corrêa, Talita

"Os olhos do Brasil": a empresa midiática e a
ideia de nação / Talita Bandeira Corrêa. -- 2018.
191 f.

Orientador: Fábio Bittencourt Meira.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa
de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, BR-RS,
2018.

1. Mídia. 2. Nação. 3. Poder simbólico. 4. Empresa.
I. Bittencourt Meira, Fábio, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Cairo e Selma, pela vida e pela criação amorosa e dedicada que, junto de minha irmã, Natália, formou nossa família. A vocês, agradeço também o empenho em gerar condições para que pudéssemos estudar.

Ao Tiago, por tudo o que significa o nosso encontro. E por ter acompanhado este projeto desde o início, com minúcia e entusiasmo.

Ao professor Fábio Bittencourt Meira, pelo zelo e atenção que orientaram a condução deste trabalho, o meu respeito e agradecimento, extensíveis a todo o período de realização do curso.

Às professoras Mariana Baldi e Rosimeri Carvalho da Silva, pelas sugestões precisas e importantes à organização das ideias e do trabalho de maneira geral, dadas no momento da qualificação.

Ao professor Marcio Silva Rodrigues, por mostrar uma possibilidade diferente de abordar a Administração ao fim da graduação na UFPEL. Por estar sempre disponível, e também pelo auxílio e incentivo à continuidade, que se realizou neste mestrado.

À Universidade Estadual do Rio Grande do Sul, por oportunizar o afastamento remunerado para pós-graduação, atuando, de certa forma, como financiadora desta pesquisa. Aos colegas, Márcia de Lemos Gomes, pela compreensão e apoio, e Gabriel Borges da Cunha, egresso do PPGA-UFRGS, por incentivar esta direção e ajudar com as suas questões formais, desde a leitura do plano de trabalho até a lembrança das matrículas.

À Helen Pinho de Souza, Carla Fernanda da Silva, Laura Clara Gehrke e Larissa Mendes Mallmann. Um pouco deste caminho diz respeito a certas questões levantadas em nossas conversas a respeito de nossos trabalhos.

... todos os dias há uma hora, para mim, que aprecio extraordinariamente. Essa hora é aquela em que as lojas se fecham e todas as pessoas se dirigem para suas casas [...], hora em que, durante o caminho, as pessoas se põem a fazer projetos para a tarde e para a noite, e para todo o tempo livre que ainda lhes resta. Nessa hora costuma também o nosso herói (consinta [...] que eu fale de mim na terceira pessoa, pois, na primeira, poderia parecer imodéstia), [...] que também tem o seu trabalho regular, acompanhar os outros durante um pedaço do caminho. Sente-se quase feliz, pois já deu por terminada a sua tarefa até o dia seguinte; [...]. Agora ele é rico da sua própria vida, da sua vida íntima; tornou-se rico de um momento para o outro... (Fiódor Dostoiévski, *Noites brancas*, 1848).

A todos que, de um modo ou de outro, lembrados ou esquecidos, fizeram parte desta realização, agradeço.

Estes intérpretes do Brasil, entre outras coisas, disseram do brasileiro: é mestiço, doente, racialmente inferior e incapaz de fazer a história, um jeca-tatu; é um mestiço Eugênio, democrático, feliz, com uma vida tropical exuberante; é proletário e camponês em luta pela reconquista do território e da sociedade que o oprime e exclui; é um “homem cordial”, afetivo, familiar, incapaz de se submeter a hierarquias e de se associar por motivos racionais; é um homem triste, melancólico, que perdeu todas as suas energias em excessos sexuais; é um mameluco, rejeitado pelos pais brancos, que não o reconhecem como descendente, e pela tribo da mãe, que só valoriza a ascendência paterna; é um subdesenvolvido, espoliado pelos países centrais através de trocas econômicas desiguais que o condenam eternamente ao subdesenvolvimento. Somos um povo vencido?

José Carlos Reis. *Vivas representações do Brasil*. Zero Hora (Porto Alegre, p. 6-8, 22 abr. 2000).

O Brasil venceu.

Anúncio publicitário da FIESP. *Veja* (edição nº 2474 – especial, p. 02-03, 21 abr. 2016).

RESUMO

A partir das *Jornadas de Junho*, em 2013, até o *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016, uma série de eventos marcou a vida pública nacional. A intensa atividade política e os diversos protestos nas ruas suscitaram uma ampla cobertura jornalística. Neste cenário de discussões a respeito do que se desejava para o Brasil, chamava atenção a intensa utilização de símbolos ligados, de alguma forma, à identidade nacional. Eram visíveis em algumas manifestações populares. Mas apareceram com veemência nos produtos midiáticos que retratavam os acontecimentos políticos, reforçados pela proximidade com a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, sediados no Brasil. O que o uso desse conteúdo simbólico pode significar nesse contexto? Por que tamanha ênfase da mídia? De modo geral, o objetivo deste trabalho é analisar a atuação da mídia no sentido de produzir uma ideia de *nação* e uma concepção de identidade nacional. Para compreendermos como ela se situa nesse contexto, é preciso considerar que sua atividade envolve as disputas pelo *poder simbólico* e pelo *poder econômico*. Ela se utiliza das noções de *informação* e *comunicação* para fazer viver uma empresa, e aí parece estar o ponto principal. Pois divulgar conteúdo simbólico é divulgar recursos de significação que servem para a construção do sentido a respeito do mundo. E se esse sentido for utilizado para estabelecer ou sustentar determinadas relações de dominação, em circunstâncias particulares, teremos a utilização de uma ideologia. Mas este é o caso da mídia brasileira? Ela disseminaria uma ideia de *nação*? Haveria finalidade comercial ou ideal empresarial (implicitamente ou não) projetado em suas publicações? A fim de esclarecer tais questões, foi feito um levantamento histórico da atuação da mídia no Brasil e foram analisadas as *Cartas ao Leitor* da revista *Veja*, publicadas durante alguns eventos do período mencionado. Considerando a sua íntima ligação com a vida política e institucional do país, compreendemos que ela se coloca nas tentativas do empresariado brasileiro de tornar-se grupo hegemônico. É possível inferir que a lógica neoliberal compõe as significações propostas a respeito de nossa nação. Erguidas na medida em que o discurso é construído, têm como guia a relação que tenta estabelecer com o público (consumidor direto e o povo como um todo) e os acontecimentos da vida pública do país, expondo uma visão de mundo que parece estreitamente relacionada à sua instituição enquanto empresa capitalista.

Palavras-chave: Mídia; *Nação*; *Poder simbólico*; Empresa.

RÉSUMÉ

Depuis les *Journées de Juin* de 2013 jusqu'à l'empêchement de Dilma Rousseff en 2016, plusieurs événements ont marqué la vie publique nationale. L'intense activité politique et les diverses manifestations dans les rues ont suscité une large couverture journalistique. Dans ce scénario de débats à propos du futur du Brésil, l'attention était consacrée à l'utilisation de symboles référents à l'identité nationale. Ces symboles étaient visibles dans certaines manifestations populaires, mais surtout dans les produits médiatiques représentant les événements politiques, renforcés par leur proximité avec la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et les Jeux Olympiques de 2016 au Brésil. Que signifie-t-il l'usage de ce type de contenu dans ce contexte ? Pourquoi les médias donnent autant d'attention à ce sujet-là ? L'objectif de cette recherche est d'analyser l'action des médias dans le but de construire une idée de *Nation* et une conception d'identité nationale. Pour comprendre comment les médias se situent dans ce contexte, il faut considérer que son activité implique des disputes pour le *pouvoir symbolique* et pour le *pouvoir économique*. Ils s'utilisent des notions d'*information* et de *communication* pour faire vivre une entreprise, ce qui semble être le point principal. Diffuser un contenu symbolique, c'est diffuser des ressources de signification qui servent à construire des sens à propos du monde. Si ce sens est utilisé pour établir ou maintenir certaines relations de domination - dans des circonstances particulières - on s'y vérifie la présence d'une idéologie. Est-ce le cas des médias brésiliens ? Diffusent-ils une idée de *Nation* ? Existe-t-il un objectif commercial ou un idéal commercial (implicitement ou non) dans ses publications ? Afin de clarifier ces questions, nous avons fait une recherche historique sur les médias au Brésil, ainsi qu'une analyse de la section appelée *Cartas ao Leitor* (*Lettres au Lecteur*), au magazine *Veja*, publiées pendant quelques événements de cette période-là. Si on considère son lien étroit avec la vie politique et institutionnelle du pays, nous pouvons comprendre que les médias se placent dans les tentatives des entrepreneurs brésiliens de se devenir un groupe hégémonique. Il est possible de déduire que la logique néolibérale compose les significations proposées à propos de notre nation. Construites au fur et à mesure que le discours est prononcé, ces significations sont guidées par la relation que les médias essaient d'établir avec son public (le consommateur direct et le peuple, dans son ensemble), ainsi que par les événements qui ont lieu dans la vie publique du pays, en exposant une vision de monde qui semble être étroitement liée à son institution en tant qu'entreprise capitaliste.

Mots clés : Médias ; *Nation* ; *Pouvoir symbolique* ; Entreprise.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Tipologia dos textos de informação midiática	87
Figura 2. Diagramação – exemplo 1.....	89
Figura 3. Diagramação – exemplo 2.....	89
Figura 4. Imagem da página da <i>Carta ao Leitor</i> de 29/10/2014	140
Figura 5. Detalhe da imagem do centro da página	140
Figura 6. Páginas publicitárias de abertura da edição publicada após a aceitação do relatório da comissão especial que analisou a denúncia contra Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados	154
Figura 7. Capa edição nº 2474.....	155
Figura 8. Páginas amarelas 1	155
Figura 9. Páginas amarelas 2	156
Figura 10. Páginas amarelas 3	156

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Modos de operação da ideologia	65
------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

Introdução	10
1 Mídia: poder simbólico e empresa	17
1.1 <i>Teoria social da mídia</i>	17
1.2 Mídia: empresa de fabricar informação	23
2 <i>Nação</i> : conceito, interpretações e mídia	29
2.1 O “surgimento do nacional”	29
2.2 Interpretações a respeito da identidade brasileira	34
2.3 Mídia e identidades	43
3 Metodologia	54
3.1 Escolha do objeto e recorte	54
3.1.1 A revista <i>Veja</i>	59
3.2 As fases da pesquisa	62
4 Atuação da mídia no Brasil: organizações, política e poder	67
4.1 Os primórdios da imprensa no Brasil	69
4.2 Primeira República e imprensa: “tempos eufóricos”	75
4.3 De 1950 em diante	79
5 Análises da seção <i>Carta ao Leitor</i> da revista <i>Veja</i>	86
5.1 <i>Jornadas de Junho de 2013</i>	89
5.2 <i>Copa do Mundo de 2014</i>	104
5.3 <i>Eleições presidenciais de 2014</i>	123
5.4 <i>Jogos Olímpicos Rio 2016</i>	142
5.5 <i>Processo de impeachment de Dilma Rousseff</i>	153
6 A mídia: “os olhos do Brasil”	173
Considerações finais	181
BIBLIOGRAFIA	183
Edições da revista <i>Veja</i>	183
Bibliografia geral	184

Introdução

Assim como os editores da *Enciclopédia* – idealizada e produzida inicialmente por Diderot e D’Alembert –, no século XVIII, participaram da divulgação das ideias iluministas, também a mídia nacional participa na divulgação de uma ideia a respeito da nação brasileira. Para Robert Darnton (1996), “nada poderia ter sido mais implacável e capitalista do que a *Enciclopédia* enquanto um empreendimento” (p. 406). Não no sentido de um empreendimento intelectual, pois, segundo o autor, nem os mentores do Iluminismo nem os seus leitores eram compostos por quantidades representativas de capitalistas. Mas no sentido comercial. Sua análise documental demonstra a consciência por parte dos editores de estarem divulgando as Luzes, mas em razão da sua exploração enquanto um negócio¹. E no que se refere à mídia brasileira, ela disseminaria uma ideia de *nação* somente com uma finalidade comercial ou um ideal (ainda que implícito) projetado por parte dos seus empresários?

O surgimento da imprensa brasileira ocorreu de forma relativamente tardia em relação à Europa. Enquanto no Velho Mundo o século XVI foi o grande marco de desenvolvimento da impressão, na colônia portuguesa nas Américas o seu surgimento ocorreu somente dois séculos depois do descobrimento². Comum entre os estudiosos da mídia brasileira é a consideração de que, desde o seu início, ela está intimamente ligada à vida política e institucional do país. As ideias de uma possível independência e de uma nação emergem no contexto de difusão de notícias e de politização das discussões, com a veiculação de informações e a publicação dos primeiros periódicos. Ana Luza Martins e Tania Regina de Luca (2015) consideram a imprensa como objeto e sujeito da história brasileira, já que ela assistiu a independência e a formação da nação, participou como testemunha, registradora e veículo da história. As autoras destacam o seu papel ativo, “pois intervenções políticas de peso são decididas no interior das redações, estabelecendo e testemunhando avanços e recuos das práticas dos governos, da dinâmica do país, da formação de seu povo, do destino nacional” (MARTINS & LUCA, 2015, p. 8).

¹ É claro que não podemos reduzir o empreendimento da *Enciclopédia* a um negócio. Antes de qualquer coisa, trata-se da busca por novos conhecimentos possíveis naquele momento, de uma mudança epistemológica que descolaria essa busca dos preceitos da Igreja e da Revelação, da abertura para novas culturas então descobertas, e de uma vontade bastante demarcada de divulgar ideias contrastantes em relação ao Regime Absolutista.

² O primeiro jornal brasileiro passa a ser publicado em 1808, com a chegada da Corte portuguesa: a *Gazeta do Rio de Janeiro*, editado pela Imprensa Régia, a primeira editora a funcionar no território brasileiro. Entretanto, esse certamente não foi o primeiro periódico a circular no “novo continente”. Antes dele, pelo menos desde o século XVIII eram recebidos no Brasil jornais produzidos na Europa (MOREL, 2015), dentre os quais, o também famoso *Correio Braziliense*, produzido em Londres e lido regularmente por aqui.

Desde a sua gênese, portanto, a mídia está diretamente relacionada à construção das ideias que formaram nosso país. Não somente no que se refere à edificação de um Estado, mas também no que tange à constituição de uma identidade. Uma identidade que abarca a consciência que o povo do nosso território tem acerca de si, suas diferenças e semelhanças, sua(s) cultura(s) e maneiras de organização. A consciência de coexistir simultaneamente com outras pessoas dentro de uma fronteira administrativa e o que isso implica para a noção de conjunto social. Construída como um artefato cultural particular, que pode ser transformado, adaptado, remodelado (ANDERSON, 1993), ensinado (DETIENNE, 2013) e integrado às lutas pelo *poder simbólico* (BOURDIEU, 1989).

Para compreender melhor esta relação, é imprescindível considerarmos as circunstâncias particulares de sua atuação. É importante levar em conta as suas apropriações e construções de conteúdo simbólico a respeito da nação. Parece-nos necessário entender, ainda, sua formação e consolidação no país, a fim de visualizar os rumos tomados pelos seus principais agentes e as relações que instituíram ao longo de sua história. O seu estabelecimento como empresa capitalista é, portanto, ponto fundamental desta compreensão. Aquela imprensa inicial, firmada com a chegada da Corte portuguesa, vai sofrendo mudanças ao longo do século XIX, mas é na virada ao século XX que ela se transforma de maneira significativa. Nelson Werneck Sodré enfatiza esse aspecto da sua mudança:

Se é assim afetado o plano da produção [em razão da fundação das empresas jornalísticas], o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. Essa transição começara antes do fim do século, naturalmente, quando se esboçara, mas fica bem marcada quando se abre a nova centúria. Está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e, nele, à ascensão burguesa, ao avanço das relações capitalistas: a transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço, o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte (SODRÉ, 1999, p. 275).

Essas mudanças tomam proporções cada vez maiores à medida que o desenvolvimento tecnológico vai possibilitando novas formas de comunicação mediada durante o desenrolar do século XX e a chegada do XXI. Destaque-se a formação de conglomerados que agrupam a exploração industrial e comercial de vários veículos – jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, etc. –, concentrando o poder em alguns grupos. Além disso, podemos realçar também o espaço propagandístico por eles reservados, que evidenciam a dependência dessas organizações dos recursos de origem empresarial. Sodré (1999, p. 276) explica que o traço burguês da imprensa (que agora poderíamos pensar em expandir à mídia como um todo) é

facilmente perceptível nas campanhas políticas e nos episódios políticos mais críticos (por exemplo, os momentos de sucessões de governos).

Voltando à corrida exploratória do mercado da *Enciclopédia*, os editores não seguiram uma trajetória, era necessário mudar de direção seguindo as rápidas alterações das circunstâncias impostas pela concorrência e pela demanda. Como mostra Darnton (1996), Charles Joseph Panckoucke, um dos seus grandes empreendedores, também demonstrou algumas mudanças de rumo ao acercar-se da política, oscilando entre direita e esquerda até seguir o bonapartismo. “Era um oportunista, mas possuía sentido de direção” (p. 420). A atuação do empresariado nacional parece assemelhar-se a destes publicadores do Iluminismo.

Segundo Fernando Prestes Motta (1979), a burguesia brasileira esteve sempre empenhada em uma tentativa de tornar-se grupo hegemônico. Entretanto, o seu fracionamento estrutural dificultaria a efetivação de tal projeto, pois os diferentes interesses fariam com que cada grupo estabelecesse alianças diversificadas que a impedem de firmar-se. Segundo o autor, o Estado, sim, é hegemônico, por ser dominante e dirigente face à maioria absoluta da sociedade³. Parece-nos que tal supremacia estatal poderia ser questionada se avaliássemos as alianças que ele faz com alguns grupos dessa burguesia brasileira. O próprio autor salienta os intentos ideológicos da classe, no intuito de firmar sua dominação, delineando a produção cultural em um sistema (político e publicitário) estruturado de ideias como “consciência nacional”, “aspirações nacionais”, “cultura brasileira”, “cultura nacional”. Prestes Motta se referia, especificamente, aos trabalhos realizados no *Instituto Superior de Estudos Brasileiros* (ISEB), no *Instituto de Pesquisa em Estudos Sociais* (IPES) e no *Instituto Brasileiro de Ação Democrática* (IBAD). Segundo ele, teriam fornecido um corpo doutrinário para o Estado, com o suposto de transformar a burguesia nacional em classe dirigente nas décadas de 1950 e 1960 – período em que, mesmo que diferente da década de 1930, ainda estava em voga no cenário político brasileiro uma ideia de *nação* associada ao desenvolvimentismo (MOTTA, 1979, p. 114-120).

Para Bresser-Pereira:

É certo que a burguesia não logrou, até hoje, transformar-se de classe dominante em classe dirigente de pleno direito. Ela é uma classe ainda em ascensão, que tem sido levada a uma série de alianças para poder participar do poder. Falta-lhe, pois, a hegemonia política. Mas sua hegemonia ideológica é clara. Ela domina os principais aparelhos ideológicos da sociedade: a escola,

³ Hegemonia entendida, segundo o autor, em conformidade com a ideia de Antonio Gramsci, para quem a supremacia de um grupo social se manifesta de duas formas: como dominação – dos grupos adversários, os quais tende a liquidar ou submeter inclusive com a força armada; e como direção intelectual e moral dos grupos afins e aliados (MOTTA, 1979, p. 28).

a imprensa, o rádio e a televisão, os partidos políticos, as associações profissionais e culturais, os tribunais (1979, p. 10).

Em uma obra recente (2015), o autor analisa a ação política na construção do sistema econômico, da nação e do Estado brasileiro. Ele identifica cinco fases desenvolvimentistas desde 1930, nas quais o caráter contraditório da burguesia brasileira teria permitido que ela flertasse e se aliasse ora com grupos políticos de orientação nacionalista, ora com grupos políticos de orientação liberal. Com isso, uma ideia de *nação* não teria sido forte e completamente estabelecida e o Brasil, além de uma “nação incompleta”, seria uma “sociedade nacional-dependente” – o que seriam os motivos das baixas taxas de crescimento no país⁴.

O empresariado brasileiro parece propor ideias de *nação* associadas às tentativas de consolidar-se e manter-se como grupo dominante e de influência nos rumos da política e da economia nacional. Para compreendermos como a mídia se situa nesse contexto, devemos levar em conta que nessa atividade estão em disputa poder simbólico e poder econômico. Assim como no caso da *Enciclopédia* enquanto um negócio. Mas em razão dos desenvolvimentos tecnológicos e industriais ocorridos desde o século XVIII, a mídia atual pode ser concebida de maneira mais abrangente. Como uma “*produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico*” (THOMPSON, 2008, p. 32). Para além, parece-nos importante compreendê-la como um suporte organizacional, na forma de empresa, que utiliza as noções de *informação* e de *comunicação* a fim de integrá-las em suas diversas lógicas: econômica, tecnológica e simbólica (CHARAUDEAU, 2015, p. 15).

Se informar é sua atividade fim, então a mídia veicularia, de maneira imparcial, apenas ideias com o objetivo de esclarecer o seu público? Ou ela seria a propulsora disfarçada das propostas do empresariado nacional? Divulgar conteúdo simbólico é divulgar recursos de significação que servem para a construção do sentido a respeito do mundo. Utilizar o sentido de maneira ideológica é utilizá-lo para estabelecer ou sustentar determinadas relações de

⁴ Bresser-Pereira se declara novo-desenvolvimentista, entendendo que, para que o Brasil volte a crescer e atinja índices elevados de desenvolvimento, os empresários brasileiros devem se distanciar das coalizões de orientação liberal. É preciso recordar algo que poderia parecer contraditório: o autor participou como uma figura de fundamental importância no primeiro governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, cuja ênfase nas dimensões econômico-financeira e institucional-administrativa o fez ser tratado como neoliberal. Embora tendo atuado como Ministro da Administração Federal e Reforma do Estado (1995-1998) e como Ministro da Ciência e Tecnologia (1999), o próprio autor salienta a agenda neoliberal do governo FHC, ao tirar os empresários nacionais de cena, priorizando o capital estrangeiro, e realizando privatizações em áreas de importância ímpar para o país, como energia elétrica, rodovias e telefonia. Mesmo reconhecendo alguns aspectos positivos, Bresser-Pereira, afirma que o governo não cumpriu com os *supostos* princípios social-democráticos e de centro-esquerda do seu partido, o Partido Social-Democrático Brasileiro (PSDB), que poderiam “assegurar ao país um equilibrado desenvolvimento econômico e social, sem cair nas malhas do velho populismo, nem do novo neoliberalismo que vinha do Norte” (2015, p. 320).

dominação, em circunstâncias particulares (THOMPSON, 1995). Portanto, não nos parece simples responder sim ou não a uma pergunta e outra. É preciso entender o funcionamento da comunicação e da significação para compreender as disputas pelo *poder simbólico* e os recursos que envolvem.

É difícil medir o alcance e a efetividade das ideias veiculadas pelos meios de comunicação, de que maneira elas tocaram e tocam o público, como circulam. Não se pode, de maneira arbitrária, estabelecer relações diretas de causalidade entre eventos ou ordens sociais e certas ideias. Mas estudos mais aprofundados podem sugerir elementos que indicam uma potencial correlação. Por exemplo, para Darnton (1996), a história da *Enciclopédia* mostra como a palavra impressa expressou as novas ideias a respeito do conhecimento como proveniente da razão e não mais de Roma ou da Revelação, disseminando-as na ordem social, se concretizando em instituições e se incorporando a uma nova visão de mundo. Jürgen Habermas (2014) destacou que a relação entre mídia e poder existia já no início da difusão dos periódicos, quando descreveu a sua influência na formação de uma esfera pública burguesa entre o final do século XVII e início do XVIII, cujo debate político nos cafés e salões era rodeado dos novos materiais impressos. Antes desse período, como nos mostram Asa Briggs e Peter Burke (2004), com o desenvolvimento da prensa gráfica na Europa do século XVI, a imprensa já representava uma ameaça às autoridades dos governos (que, por outro lado, possuíam grande interesse no desenvolvimento das comunicações), às autoridades da Igreja e, inclusive, aos escribas, enquanto classe profissional.

Se a relação entre a mídia e a nação brasileira é tão íntima a ponto de ser remetida ao seu nascimento, parece normal que uma questione a outra acerca dos seus papéis e do que significam entre si. Elas nascem juntas e, por isso, permanecem intimamente ligadas. Thompson (2008) sugere que se recorre cada vez mais aos próprios recursos e aos conteúdos simbólicos transmitidos pela mídia a fim de construir identidades coerentes para o *self*, visto que as relações dos indivíduos com o poder e a autoridade foram afetadas: as tradições se tornam cada vez mais *desritualizadas*, *despersonalizadas* e *deslocadas* no espaço e no tempo. Segundo Bauman (2005), no mundo globalizado, os meios de comunicação fornecem a matéria bruta que será utilizada na construção das identidades. O Estado-nação teria menos importância nesse processo do que outrora, visto que agora, são “cada vez mais executoras e plenipotenciárias de forças que não esperam controlar politicamente” (1999, p. 73), ou seja, as forças dos mercados globais. Na construção da identidade, seria correto então dizer que a mídia tem influência superior sobre a nação do que esta sobre aquela? É preciso ter cautela, pois o tema envolve uma configuração complexa de ideias, representações e imagens: a autoctonia, o indivíduo, o

nascimento e a nação como um grupo caracterizado por uma origem comum (território, língua e cultura), questões políticas e administrativas que tocam a identificação das pessoas de uma mesma nação, a construção das narrativas históricas e o ensino de história, nacionalismos, etc. (DETIENNE, 2013).

Sendo assim, *de que maneira a mídia, enquanto atividade organizacional cujo fim é a disseminação de conteúdo simbólico, instrumentaliza uma ideia acerca da nação brasileira?* De modo geral, o objetivo deste trabalho é analisar a atuação da mídia no sentido de produzir uma ideia de *nação* e uma concepção de identidade nacional. Especificamente, procuraremos entender como as relações de poder acontecem no âmbito da produção simbólica das organizações midiáticas. Relacionar a atividade midiática e o contexto organizacional brasileiro a fim de entender de que forma ela se relaciona ao intento hegemônico do empresariado nacional. E verificar de que maneira um veículo de mídia, de circulação nacional, publica material jornalístico ou de outra espécie para influenciar a construção da ideia de *nação* e identidade nacional.

Para este fim, foi feito um levantamento histórico da atuação da mídia no Brasil e uma análise dos conteúdos publicados nas *Cartas ao Leitor*, da revista *Veja*, durante alguns eventos que marcaram a vida pública nacional no período de 2013 a 2016. A partir das *Jornadas de Junho*, pudemos observar uma intensa atividade política que suscitou uma intensa cobertura jornalística. Até a efetivação do *impeachment* de Dilma Rousseff, em 2016, grupos de várias orientações foram às ruas e participaram, inclusive, de embates que envolveram violência e força policial. Algo que chamou a atenção nesse contexto é a intensa utilização de símbolos ligados, de alguma maneira, à identidade nacional. Eram visíveis em algumas manifestações populares. Mas apareceram com veemência nos produtos midiáticos que retratavam os acontecimentos políticos, reforçados pela proximidade com a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016, sediados no Brasil. Se, por um lado, alguns grupos queimavam a bandeira nacional, por outro, grupos a enalteciam. A referência à nação brasileira, à ideia de que “o gigante acordou”, de que o momento político é decisivo para o Brasil aparece na proliferação de signos e cores que remetem à nação. Como no episódio da votação aberta do impedimento de Dilma, na Câmara dos Deputados, ou na insólita decisão de uma senadora da república de vestir-se com as cores nacionais⁵. Eis que o envolvimento da mídia nesses

⁵ Em um momento mais próximo do impedimento de Dilma Rousseff, alguns artistas da Rede Globo também se envolveram em manifestações e gravaram um vídeo para uma campanha do movimento Vem Pra Rua Brasil, conclamando a população a comparecer em um protesto a favor da deposição da presidente, no dia 31 de março de 2016.

acontecimentos ganha relevo. Mais do que isso, merece uma análise mais detida, enquanto fenômeno social envolvendo um grupo organizacional em plena atividade desde os inícios do país.

Dois capítulos teóricos serão apresentados. O primeiro procura discutir as relações entre empresa e poder simbólico no âmbito da atividade midiática. O segundo visa a explorar o conceito de nação, algumas interpretações acerca da nacionalidade brasileira e as possíveis conexões entre a mídia e a formação das identidades. Em seguida, a metodologia utilizada, bem como um breve histórico a respeito da revista *Veja*. Na sequência, as fases da pesquisa e a exibição dos resultados: a primeira visa explorar o contexto sócio-histórico da mídia no Brasil; a segunda se atem à análise discursiva das *Cartas ao Leitor* e a terceira propõe uma reinterpretação dos resultados da fase anterior, vinculados à primeira e à luz do referencial teórico.

Se é verdade que a mídia não aporta um projeto nacional premeditado, com estratégias e alvos bem definidos e inalteráveis, podemos observar que sua ideia de *nação* se ergue à medida que o discurso é construído. A partir da relação que tenta estabelecer com o seu público (consumidor direto e o povo como um todo) e tendo como guia os acontecimentos da vida pública do país, expõe uma visão de mundo que parece estreitamente relacionada à sua instituição enquanto empresa capitalista. É preciso manter-se enquanto legítima fornecedora de informações precisas e necessárias ao exercício da cidadania da população brasileira, assim como estabelecer uma situação política e econômica garantidora da livre-iniciativa e de uma sociedade aberta, onde a imprensa possa atuar sem restrições. A lógica neoliberal parece compor as significações propostas a respeito de nossa nação, cabendo à mídia fazer com que saibamos os melhores caminhos para o Brasil. Não parece uma atuação descomprometida como sugere Robert Darnton a respeito dos livreiros em relação às ideias iluministas, mas iguais a eles, age guiada pelos negócios que fazem com as ideias sobre a nação: “Gabamo-nos, nossos associados e nós, de o satisfazer a esse respeito, e concluireis, senhor, que se faltam as luzes filosóficas neste melhor dos mundos, certamente não será nossa culpa”⁶.

⁶ Trecho de carta analisada por Robert Darnton (1996), da Société Typographique de Neuchâtel (STN), na Suíça, a J. G. Bruere, de Homburg/Alemanha, em 19 de agosto de 1779.

1 Mídia: poder simbólico e empresa

No intuito de melhor compreender a atuação da mídia brasileira, este capítulo será dividido em duas seções. Inicialmente, recorreremos à *teoria social da mídia*, de John B. Thompson, a fim de observar como a mídia influencia a organização social do poder simbólico e as maneiras de atuação da ideologia. Por último, a análise de Patrick Charaudeau permitirá o esclarecimento sobre o funcionamento do *discurso midiático* enquanto um discurso produzido no âmbito de uma empresa e quais restrições isto lhe impõe.

1.1 Teoria social da mídia

John B. Thompson desenvolve uma abordagem que chama de *concepção estrutural da cultura*, procurando enfatizar tanto o caráter simbólico dos fenômenos culturais quanto o fato de eles estarem sempre inseridos em contextos sociais estruturados. Sua proposta se quer como “*o estudo das formas simbólicas – isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos – em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas*” (THOMPSON, 1995, p. 181). Em sua *teoria social da mídia*, analisa de que maneira a mídia influenciou (e influencia) as transformações da organização social do poder simbólico, explorando algumas das suas consequências para o tipo de mundo em que vivemos hoje. Segundo ele, a partir do advento da modernidade, as redes de comunicação e informação se expandiram gradualmente, entrelaçando-se “com outras formas de poder – econômico, político e militar – e foram usadas pelos atores, tanto indivíduos quanto coletivos, na busca de seus objetivos” (THOMPSON, 2008, p. 13).

Três tradições de pensamento orientam o seu trabalho acerca do desenvolvimento da mídia e das transformações que possibilitaram o surgimento da modernidade (THOMPSON, 2008, p. 16-17). (1) Jürgen Habermas, sobre a emergência da esfera pública. Ainda que Thompson tenha destacado os problemas do seu raciocínio original em relação ao lugar que reserva ao envolvimento da imprensa nas sociedades modernas⁷. (2) Marshall McLuhan e Harold Innes, que teriam sido os primeiros a teorizar sobre as relações entre os meios de comunicação e a organização espacial e temporal do poder. (3) As hermenêuticas de Hans-Georg Gadamer, Paul Ricoeur e Clifford Geertz, de onde toma o ensinamento de que a recepção

⁷ Tais problemas são melhor apresentados no capítulo acerca da atuação da mídia no Brasil.

das formas simbólicas sempre implica um processo contextualizado e criativo de interpretação, no qual os indivíduos utilizam os recursos que possuem para dar sentido aos conteúdos que recebem.

Thompson quer evidenciar que o caráter histórico daqueles desenvolvimentos que marcaram o início da era moderna e influenciaram a reorganização das formas simbólicas em nada diminui seu grande alcance e suas consequências. Ao teorizar sobre essas formas, diz que é preciso considerar tanto o seu caráter significativo quanto a sua contextualização, privilegiando a comunicação como parte integral da vida social (THOMPSON, 2008, p. 19-20). O autor toma emprestado de Pierre Bourdieu⁸ algumas concepções. Partindo do conceito de *campo*⁹, compreende que os fenômenos sociais são ações intencionais¹⁰ executadas em contextos sociais estruturados, nos quais os indivíduos perseguem seus objetivos sob circunstâncias previamente dadas, que lhes proporcionam diversas inclinações e oportunidades de acordo com a quantidade de recursos de que dispõem.

A posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao *poder* que ele ou ela possui. No sentido mais geral, poder é a capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas consequências (THOMPSON, 2008, p. 21).

Quanto mais recursos, mais poder. Devemos, então, considerar as diversas formas de poder que permeiam as relações sociais e as suas instituições. O autor, com propósitos analíticos, distingue¹¹ quatro tipos (como tipos ideais, na acepção de Max Weber) que, na realidade, se sobrepõem de maneiras complexas e variadas: *econômico* (recursos materiais e financeiros; ligado às instituições econômicas), *político* (autoridade como recurso; ligado às instituições políticas), *coercitivo* (força física e armada como recurso; ligado às instituições

⁸ Não poderíamos deixar de mencionar Pierre Bourdieu como um pensador incontornável a respeito do *poder simbólico*. Sua concepção é, em síntese, a de um poder que, sob a forma de *campo*, está por toda parte (ver nota 12, abaixo). Trata-se de um poder invisível que "só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem" (BOURDIEU, 1989, p. 7-8). É um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica – ou uma concepção homogênea em relação às coisas do mundo e da vida (tempo, espaço, causa, etc.). Por algumas questões de cunho teórico e interpretativo, neste trabalho, optamos por trabalhar a partir das reflexões de John B. Thompson, cujo distanciamento de Bourdieu a respeito da recepção do conteúdo simbólico torna-se, para nós, imperativo.

⁹ *Campo* é um espaço relativamente autônomo de jogo, que não pode ser observado do ponto de vista de uma lógica social única, e onde os concorrentes lutam para estabelecer o monopólio sobre o capital pertinente a ele (econômico, cultura, social), no sentido de conservar ou transformar as forças do *campo* (BOURDIEU, 1989; PEREIRA, 2015).

¹⁰ Seria mesmo possível uma realidade tão determinada pelas intenções? Talvez seja preciso ponderar o peso dos interesses nas ações e considerar o que deles foge, como o que escapa do intencional e segue por outros caminhos. Por outro lado, ainda que certas ações não sejam exclusivamente premeditadas, ou não premeditadas em todo momento, elas podem ter algo de intencional se seguem no campo, e vão ao encontro, dos interesses.

¹¹ Distinção dos poderes baseada em alguns autores que trataram do assunto, como Michael Mann.

coercitivas, especialmente as militares) e *simbólico* (meios de informação e comunicação como recursos; ligado às instituições culturais). Este último seria aquele que nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas. Como *poder simbólico*, Thompson (2008, p. 24) se refere à “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas”.

Podemos, então, considerar a mídia ligada fundamentalmente ao poder econômico e ao poder simbólico, já que envolve uma atividade de informação e comunicação que depende de recursos materiais e financeiros. Estaria institucionalmente nos campos econômico e cultural. Podemos compreender que as disputas por ambos os poderes se inter-relacionam e se influenciam mutuamente. Mas é possível dizer que o seu poder simbólico é proporcional ao poder econômico que possui? De alguma forma, a concorrência pelos recursos econômicos parece influenciar a produção e transmissão, considerando, por exemplo, as possibilidades de desenvolvimento técnico e tecnológico que a sua acumulação possibilita. Porém, poderíamos afirmar que tal influência é determinante na efetividade do seu poder simbólico? Ainda que nosso foco não seja este, cabe questionar: qual o papel do receptor do seu conteúdo? É o de aceitar os significados propostos de maneira inconsciente por certa naturalidade e força que impõem no espaço social?

Thompson considera que as influências do estruturalismo, da semiótica e de orientações afins resultam em uma maneira parcial de analisar os fenômenos sociais e culturais; especificamente, no que diz respeito aos fenômenos de comunicação. Isso porque, segundo ele, lhes falta uma consideração sistemática e detalhada a respeito das condições de produção e de recepção dos conteúdos simbólicos que lhe são inerentes. E, mesmo em estudos sobre a recepção, o “caráter mundano da atividade receptiva” é negligenciado (THOMPSON, 2008, p. 41-42).

Então, diante de uma necessidade de considerar os aspectos rotineiros e práticos da recepção, o autor recorre a concepção de Michel de Certeau (1998)¹². Como implicações

¹² Buscando na linguística de Émile Benveniste (1966) um modelo para analisar as relações cotidianas, Michel de Certeau (1998) argumenta que as práticas partem de conteúdos/produtos recebidos e da significação proposta na origem, mas fazem desvios através de ressignificações, invertendo ou alterando a ordem de produção de primeiro nível (ex.: a indústria de massa, a mídia) e tirando partido dela, obedecendo a outras regras e instituindo um segundo nível imbricado no primeiro. Uma visão de receptor/leitor passivo, segundo o autor, seria o resultado de mais de três séculos de primazia da escritura sobre a leitura, onde escrever era a produção e a marcação de um lugar, uma assinatura, já a leitura era o simples recebimento do texto, sem a possibilidade de traçar a própria escrita. Esta ideia provém de uma série de reflexões de cunho filosófico e literário sobre a *morte do autor* no texto, apontada em 1968 por Roland Barthes (1987), em 1969 por Michel Foucault (1999), e na hermenêutica de Paul Ricoeur (1990). Para Certeau, não se trata de questionar a divisão do trabalho, o papel da escrita, mas, sim, o entendimento da leitura como um ato passivo.

teóricas dessa visão, a recepção de ser abordada como (THOMPSON, 2008, p. 42-44): 1) Uma *atividade*; 2) Uma atividade *situada*, na qual o conteúdo é recebido por indivíduos que estão sempre em contextos sócio-históricos específicos; 3) Uma atividade de *rotina*, “no sentido de que é uma parte integrante das atividades constitutivas da vida diária”; 4) Uma *realização especializada*. “Ela depende de habilidades e competências adquiridas que os indivíduos mostram no processo de recepção. [...] Uma vez adquiridas, estas habilidades e competências se tornam parte da maneira social de ser dos indivíduos e se revelam tão automaticamente que ninguém as percebe como complexas, e muitas vezes sofisticadas, aquisições sociais”; 5) Um *processo hermenêutico*, ou seja, um processo de interpretação através do qual os conteúdos adquirem sentido.

A partir desta perspectiva, podemos sugerir que as formas simbólicas não afetam os indivíduos exatamente de maneira inconsciente. Tendo em vista as habilidades e competências necessárias não só à recepção, mas também à produção, fazem parte da rotina de maneira quase imperceptível pela sua automaticidade. Daí, a dificuldade de entendê-las de maneira mais profunda. Isto não quer dizer, necessariamente, que os indivíduos não tenham consciência dos recursos angariados na sua produção. É verdade que talvez o saibam em parte, de modo superficial. E mesmo que admitamos que, por muitas vezes, as limitações se imponham de maneira incontornável (como no caso de dificuldades cognitivas ou de acesso à educação formal de qualidade), o conteúdo recebido só terá sentido a partir das condições dos contextos de recepção, podendo escapar ao sentido proposto pela recepção.

A partir desta consideração, podemos compreender o funcionamento prático das formas simbólicas como envolvidas em um processo de comunicação e sobre as quais podem ser destacados alguns aspectos. Tais formas aparecem de maneira sempre *intencional*, ou seja, como expressões de um sujeito para um sujeito (ou sujeitos), representando, referindo-se ou dizendo algo sobre alguma coisa (*referencial*) e inseridas em processos e contextos sócio-históricos específicos (*contextual*). Elas possuem um aspecto *convencional*, pois a sua produção, construção, emprego e recepção são processos que envolvem a aplicação de regras, códigos ou convenções de vários tipos. Por último, são construções que exibem uma estrutura articulada, no sentido de que permitem uma análise formal (*estrutural*) dos elementos que se colocam uns com os outros em determinadas relações (THOMPSON, 2008, p. 182-192).

Para entendermos o contexto social das formas simbólicas, seria preciso considerar alguns conceitos a ele relacionados e que constituem as maneiras pelas quais elas são produzidas e recebidas (THOMPSON, 1995, p. 193-199). (1) O espaço-temporal, que pode coincidir ou não entre os contextos de produção e de recepção; (2) Os campos de interação, nos

quais os indivíduos, suas ações, posições e trajetórias, baseados nos seus interesses, são determinados, em certa medida, pelo volume e distribuição de vários tipos de recursos; (3) As instituições sociais, que são os conjuntos específicos e relativamente estáveis de recursos e regras, estabelecidos com e dentro das relações sociais (exemplo: organizações e empresas). Quando interagem no campo social, os indivíduos implementam certas regras e convenções inculcadas (normalmente, implícitas, não formuladas, informais e imprecisas), que existem na forma do conhecimento prático; (4) A estrutura social, determinada pelas diferenças e assimetrias relativamente estáveis (sistemáticas e com probabilidades de durar) em termos de distribuição e acesso a recursos de vários tipos, poder, oportunidades e chances na vida.

Ao receber e interpretar as formas simbólicas, os indivíduos estão envolvidos em um processo contínuo de constituição e reconstituição do significado, e este processo é, tipicamente, parte do que podemos chamar *reprodução simbólica dos contextos sociais*. O significado que é carregado pelas formas simbólicas e reconstituído no curso de sua recepção pode servir para manter e reproduzir os contextos de produção e recepção. Isto é, o significado das formas simbólicas, da forma como é recebido e entendido pelos receptores, pode servir, de várias maneiras, para manter relações sociais estruturadas características dos contextos dentro dos quais essas formas são produzidas e/ou recebidas (THOMPSON, 1995, p. 202).

É nessa possibilidade de reprodução simbólica¹³ dos contextos sociais que entra em questão o conceito de *ideologia* de Thompson: “*estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar as relações de dominação*” (THOMPSON, 1995, p. 76). Os fenômenos simbólicos só podem ser considerados ideológicos à medida que, em circunstâncias sócio-históricas específicas, sirvam para estabelecer e manter relações de dominação. Não são *per se* fenômenos ideológicos. O caráter ideológico é derivado daqueles contextos nos quais podem ou não ser utilizados em relações de dominação¹⁴.

Diante disso, e considerando que sua análise se baseia especialmente nos processos de comunicação de massa, o autor define alguns modos de operação da ideologia e suas estratégias

¹³ O autor salienta que esta não é a única nem a forma mais importante de reprodução de contextos sociais. Poderiam ser citadas, por exemplo, a coerção e a rotineirização da vida como maneiras de reprodução e manutenção da ordem (THOMPSON, 1995, p. 202).

¹⁴ Sua concepção de ideologia é apoiada no que ele chama de *concepção latente de Marx*: “ideologia é um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado em vez de para o futuro, ou para imagens e ideais que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social” (THOMPSON, 1995, p. 58). Essa concepção seria “latente” por não ser tratada por Karl Marx como ideologia, mas sim como “espíritos”, “ideias fixas”, “ilusões”. Thompson se diferencia dele por considerar que as ideias que sustentam a ideologia *podem*, mas não são, necessariamente, errôneas ou ilusórias. Além disso, considera que as relações de classe são apenas *uma* e não a única forma de dominação, subordinação, exploração e diferenciação. Além disso, a teoria de Marx tenderia a menosprezar o quanto as formas simbólicas e o sentido através delas mobilizado são *constitutivos da realidade social* e servem para criar e estabelecer relações sociais, percebendo-as como meras representações que servem para obscurecer ou articular relações sociais ou interesses constituídos essencialmente num nível pré-simbólico.

linguísticas típicas de construção simbólica, que não se querem os únicos nem funcionando independente ou dependentemente um do outro. Trata-se de tipos-ideais, que não necessariamente funcionam de maneira ideológica (é preciso considerar, como já foi dito, os contextos em que se inserem e que sejam utilizadas no intuito de estabelecer ou manter relações de dominação). São elas (THOMPSON, 1995, p. 81-89):

1. *Legitimação* – representação das relações como legítimas, ou seja, justas e dignas de apoio. Baseado nos três tipos de fundamento para a legitimação da dominação de Max Weber (racional, tradicional e carismático), ele especifica três estratégias de construção simbólica desse tipo: *racionalização* (constrói-se uma cadeia de racionalização que procura defender ou justificar um conjunto de relações ou instituições sociais a fim de obter o apoio da audiência), *universalização* (acordos institucionais que servem aos interesses de alguns são apresentados como sendo de interesse de todos) e *narrativização* (são contadas histórias sobre o passado a fim de tratar o presente como parte de uma tradição eterna e aceitável);

2. *Dissimulação* – a dominação pode ser estabelecida ou mantida pela sua ocultação, negação ou obscurecimento, ou pela sua representação de forma a desviar a atenção ou passar por cima de relações e processos existentes. Suas estratégias: *deslocamento* (um termo que normalmente se refere a um determinado objeto ou pessoa é utilizado para se referir a um outro, transferindo-lhe os aspectos positivos ou negativos de um a outro), *eufemização* (“ações, instituições ou relações sociais são descritas ou redescritas de modo a despertar uma valoração positiva”) e *tropo* (o uso figurativo da linguagem ou das formas simbólicas – sinédoque, metonímia, metáfora – a fim de dissimular relações de dominação);

3. *Unificação* – construção simbólica de uma “unidade que interliga os indivíduos numa identidade coletiva, independentemente das diferenças e divisões que possam separá-los”. Suas estratégias são: *estandardização* (“formas simbólicas são adaptadas a um referencial padrão, que é proposto como um fundamento partilhado e aceitável de troca simbólica”) e *simbolização da unidade* (“construção de símbolos de unidade, de identidade e de identificação coletivas, que são difundidas através de um grupo, ou de uma pluralidade de grupos);

4. *Fragmentação* – as relações de dominação podem ser mantidas através da segmentação de indivíduos e grupos que possam ser capazes de se transformar num desafio real aos grupos dominantes, ou dirigindo forças de oposição potencial em direção a um alvo que é projetado como mau, perigoso ou ameaçador. Estratégias desse tipo: *diferenciação* (ênfase nas distinções entre pessoas e grupos, com apoio às características que os desunem ou que ameaçam as relações de dominação ou alguém no exercício do poder) e *expurgo do outro* (construção de um inimigo que é tratado como ameaça e que deve ser expurgado coletivamente ou resistido);

5. *Reificação* – estabelecimento ou sustentação das relações de dominação pela fixação de uma situação transitória, histórica, como se fosse permanente, natural ou atemporal. Podem ser construídas na forma de: *naturalização* (tratamento de um estado de coisas como um acontecimento natural ou um resultado inevitável de características naturais), *eternalização* (fenômenos sócio-históricos são desviados do seu caráter histórico e apresentados como permanentes, recorrentes e imutáveis) e *nominalização/passivização* (concentração do ouvinte ou leitor em certos temas com prejuízos de outros, através da utilização da sentença ou da descrição da ação como *nome* [ex.: “o banimento das importações” em vez de “o Ministro decidiu banir as importações”] ou com a colocação dos verbos em voz passiva (ex.: “o suspeito está sendo investigado” em vez de “os policiais estão investigando o suspeito”).

Nota-se que à análise desses modos de operação da ideologia na prática comunicacional torna-se imperativa a utilização de uma análise linguística do discurso. Segundo a própria proposta metodológica do autor – *hermenêutica de profundidade* –, esta seria uma *fase*¹⁵ indispensável de um estudo acerca das formas simbólicas, pois interessada primariamente com a sua organização interna, com suas características estruturais, seus padrões e relações. Portanto, parece-nos importante verificar o tema do poder simbólico de maneira mais atida à mídia enquanto instância comunicadora e organizadora de discursos de informação.

1.2 Mídia: empresa de fabricar informação

Como sugerido anteriormente, a atividade midiática envolveria um jogo duplo que poria em questão, principalmente, capital econômico e capital cultural. Considerando que por mídia não tratamos uma entidade abstrata que, colocada em um plano superior, manipula a vida social conforme o interesse dos seus mandatários, é preciso situá-la de maneira mais prudente. Thompson (2008, p. 32) trata o termo mídia com o sentido de “*produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico*”. Ao seu encontro, trazemos a noção dos trabalhos do linguista Patrick Charaudeau (2015), que compreende a mídia como uma pluralidade de empresas de fabricar informação que se encontram em concorrência no mercado.

Torna-se, portanto, menos abstrato se por mídia tratarmos as organizações interessadas no discurso da informação, uma atividade de linguagem que possibilita o vínculo e a coesão

¹⁵ Na seção destinada à escolha metodológica utilizada neste trabalho serão explicadas as três fases da *hermenêutica de profundidade*: *análise sócio-histórica*, *análise formal ou discursiva* e *interpretação/reinterpretação* (THOMPSON, 1995).

social através do reconhecimento identitário. Instituído-se na forma de empresa, elas se apossam das noções de *informação* e de *comunicação* “para integrá-las em suas diversas lógicas – econômica (fazer viver uma empresa), tecnológica (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólica (servir à democracia cidadã)” (CHARAUDEAU, 2015, p. 15). Assim, em uma economia de tipo liberal, encontram-se em permanente estado de concorrência, procurando utilizar certas estratégias quanto à maneira de apresentar o seu produto, a fim de distinguir-se e colocar-se em destaque. Segundo Charaudeau, isto resulta em um efeito que leva tais organizações a tomar posição sobre o que deve ser a informação e como deve ser tratada, surgindo daí um problema deontológico que envolveria, no fim (e a partir de uma análise discursiva), uma discussão acerca do poder simbólico exercido por tais empresas e dos processos de *semiotização do mundo* (isto é, de construção de sentido).

Organizada desta forma, a produção institucionalizada e a difusão generalizada dos bens simbólicos caracterizariam uma *comunicação de massa*. Entretanto, é preciso evitar alguns problemas que a expressão pode nos trazer. *Massa* não deve significar uma quantidade ilimitada de receptores, ao invés disso, é preferível que pensemos em *ampla disponibilidade* a uma *pluralidade de destinatários*¹⁶. Também, como já visto, devemos evitar pensar em homogeneidade e passividade de receptores. Assim como é importante considerar os problemas que podem surgir no processo de transmissão e recepção dos conteúdos midiáticos. O processo de comunicação de massa é fundamentalmente *assimétrico*, ou seja, quase totalmente de sentido único, com poucos canais de participação e retorno por parte dos receptores (THOMPSON, 2008, p. 29-32). Isto descaracteriza uma situação de troca que há em uma situação de comunicação face a face, por exemplo, impondo, através de um produto, um ponto de vista que parte de um lugar de produção a uma multiplicidade de receptores praticamente indefiníveis.

A comunicação de massa, então, envolve certos meios técnicos e institucionais explorados por numerosas organizações que, desde a Idade Média, têm se interessado pela sua exploração comercial. Assim, passa a ocorrer a mercantilização das formas simbólicas “no sentido de que os objetos produzidos pelas instituições da mídia passam por um processo de valorização econômica” (THOMPSON, 2008, p. 32-35), ou seja, a elas é atribuído um valor econômico que possibilita a sua transformação em mercadoria. Há uma dissociação estrutural entre a produção das formas simbólicas e a sua recepção, o que significa que o contexto de produção é geralmente separado do contexto (ou contextos) de recepção. Neste tipo de comunicação, há uma extensão da disponibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço,

¹⁶ As novas formas de mídia que incorporam tecnologia de informação e capacidade de processamento de *big data* são capazes de segmentar infinitamente a “massa”, facilitando a delimitação do público-alvo.

aumentado pelo desenvolvimento das instituições de produção em grande escala e que tornou esta ampliação uma característica vista como corriqueira da vida social. Isso implica a circulação pública das formas simbólicas, influenciando na distinção que se faz entre os domínios público e privado, causando certo impacto na “esfera pública”. Isso configura, para Thompson, as principais características da comunicação de massa.

Para Charaudeau (2015), um ato de comunicação envolve um quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma sociedade, que ele chama de *situação de comunicação*. Nela, estão as restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras que envolvem as trocas sociais e o que constitui o seu valor simbólico. Tais restrições são instauradas por um jogo de regulação pelos indivíduos que tentam viver em comunidade e pelos discursos de representação que criam a fim de justificar as suas práticas e valorizá-las. “Assim se constroem as convenções e as normas dos comportamentos languageiros, sem as quais não seria possível a comunicação humana” (CHARAUDEAU, 2015, p. 67). O conhecimento mútuo destas restrições coloca os indivíduos em uma espécie de acordo, um *contrato de comunicação*, que resulta das características próprias da situação de troca (dados externos) e das características discursivas dela decorrentes (dados internos).

A ideia de contrato surge segundo uma perspectiva que analisa o discurso a partir de uma problemática “semiollingística” (CHARAUDEAU, 2005). De acordo com esta perspectiva, a construção do sentido e sua configuração (*semio*) ocorrem através de uma relação forma-sentido, sob a responsabilidade de um sujeito intencional, com um projeto de influência social, em um determinado quadro de ação. A matéria principal da forma em questão são as línguas naturais (*linguística*), que impõem um procedimento de semiotização do mundo diferente de outras linguagens. Isto significa que, embora outras formas semiológicas participem deste processo, elas se encontram, de algum modo, sob a dominância da linguagem verbal.

O sentido, segundo o autor, se constrói justamente pela ação languageira do homem em situação de troca social, abarcando um duplo processo: de *transformação* e de *transação*. O primeiro consiste em transformar o “mundo a significar” em “mundo significado”, estruturando-o a partir de categorias expressas por formas (nominalização, qualificação, narrativa, argumentação, modalização, descrição, contagem e explicação). O segundo consiste ao sujeito em dar uma significação psicossocial ao seu ato de linguagem, atribuindo-lhe um objetivo em função de certos parâmetros: a identidade do destinatário-receptor quanto ao saber, posição social, estado psicológico, interesses; o efeito que pretende produzir; o tipo de relação que pretende instaurar e o tipo de regulação que prevê em relação a parâmetros precedentes. É

o processo de transação que comanda o processo de transformação, pois, em princípio, o homem fala

[...] para se colocar em relação com o outro, porque disso depende a própria existência, visto que a consciência de si passa pela tomada de consciência do outro, pela assimilação do outro e ao mesmo tempo pela diferenciação com relação ao outro. A linguagem nasce, vive e morre na intersubjetividade. É falando com o outro – isto é, falando o outro e se falando a si mesmo – que comenta o mundo, ou seja, descreve e estrutura o mundo (CHARAUDEAU, 2015, p. 41-42).

No que tange à mídia, o *contrato de comunicação* se configura a partir do lugar dos “acontecimentos brutos”¹⁷, ou seja, o “mundo a descrever”. O processo de *transformação* é aquele que passará os acontecimentos do estado bruto, mas já interpretados, ao estado de mundo midiático construído, isto é, as notícias. Isto ocorre de maneira dependente ao processo de *transação*, que, para a instância midiática, consiste em construir as notícias em função de como ela imagina a instância receptora, que, por sua vez, reinterpreta-las-á ao seu modo (CHARAUDEAU, 2015, p. 114). Este é o duplo processo de um contrato que determina as condições do *mise en scène* da informação (as estratégias escolhidas pela mídia), orientando as operações que devem ser efetuadas em cada “etapa”. Tal contrato, segundo Charaudeau, é responsável por gerar um *espaço público* de informação e, em seu próprio quadro, se constrói a *opinião pública*.

Se retomarmos aquelas características da comunicação de massa, mencionadas anteriormente, associadas ao processo de construção de sentido e ao contrato de comunicação midiático, podemos perceber o impacto causado na esfera pública. A dissociação estrutural entre as instâncias de produção e de recepção, a assimetria no processo comunicacional, a ampla disponibilidade das formas simbólicas no tempo e no espaço, colocam a mídia em uma situação de poder de influência que se faz, conforme o autor, através do *fazer saber, fazer pensar e fazer sentir*: uma influência indireta.

¹⁷ Para o autor, o acontecimento é sempre construído, pois nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto. O que interessaria a uma disciplina do sentido, segundo ele, é o acontecimento como *processo evenemencial*. Tal noção se refere à proposta de Paul Ricoeur (*Temps et récit*. Tome 1. L'intrigue et le récit historique. Paris: Éditions du Seuil, 1983) em relação à significação social da experiência humana passar por uma forma de inteligibilidade que consiste em integrá-la em uma narrativa (“intriga”), que ocorre através de uma atividade mimética que se desenvolve em três etapas (*mímeses*): 1) pré-configuração do mundo no qual os acontecimentos da narrativa estão em estado de relativa autonomia; 2) configuração do mundo prefigurado que se dá pelo ato de enunciação de um sujeito; 3) re-figuração do mundo configurado, que resulta da inteligibilidade do receptor, entre compreensão e interpretação. Charaudeau recorre ainda a Edgar Morin (“Le retour de l'événement”, in: *Communication*, n. 18, Paris: Éditions du Seuil, 1972) e sua ideia de que, em relação aos acontecimentos, há os fenômenos autogerados, que se desenvolvem segundo uma lógica interna, com certa previsibilidade e estabilidade dentro da ordem do estado de coisas, e os fenômenos heterogerados, que necessitam de incitações evenemenciais-acidentais para desenvolver-se. O acontecimento seria ora ordem (a necessidade), ora desordem (o acaso, a contingência) (CHARAUDEAU, 2015, p. 94-100).

A instância de produção é poderosa em seu conjunto, que é a máquina midiática. Mas nenhum de seus atores, por mais ativos que sejam, tem poder isoladamente. [...] A parceria definida pelo contrato de comunicação midiático baseia-se numa relação de ressonância: cada um dos parceiros só pode sintonizar provisoriamente com o outro pelo viés de representações supostamente compartilhadas, as quais, levadas pelos discursos, circulam por entre os membros de uma determinada comunidade cultural. Instância de produção/instância de recepção estão numa relação de construção diferida da opinião pública (CHARAUDEAU, 2015, p. 124-125).

Para o autor, as mídias não se apoderam do espaço público no intuito de transformá-lo. Elas seriam apenas uma forma de publicização que participa daquilo que o constitui, desconstitui e altera no quadro do contrato de informação midiático. Mas, ao colocar em cena a informação através das estratégias que visam impactar o receptor, selecionando o que julgam mais surpreendente, não medindo esforços para “mostrar o que é preciso ver”, ou até mesmo expondo temáticas “da moda”, elas constroem uma imagem de representação fragmentada do espaço público, adequada aos seus objetivos. Assim como em qualquer representação publicizada, há uma certa imposição de um sentido construído (CHARAUDEAU, 2015).

Diante do exposto, temos que o poder simbólico depende do caráter cotidiano do funcionamento das formas simbólicas. Levando em conta, as restrições dos contextos de produção e de recepção, podemos compreender que nem sempre o sentido proposto é totalmente apreendido. Assim como não necessariamente os atores que compõem a instância de produção não sabem que exercem um poder a partir do seu lugar¹⁸. Esta instância, como uma entidade compósita, estabelece estratégias de comunicação que atendem, ao mesmo, aos seus objetivos econômicos e de informação.

As análises de Thompson e de Charaudeau nos permitem um melhor entendimento daquilo que poderíamos chamar de um poder de construção da realidade. Através de uma atividade comum e característica a todos os humanos, o uso da linguagem, esse ramo organizacional, através de seus meio técnicos, altera o processo de comunicação mais comum, o face a face, tornando-o uma via de mão única. Desta forma, há certa imposição de sentidos

¹⁸ Participar de uma ordem dominante, seja na posição de dominado ou de dominador, não significa necessariamente estar inconsciente disto (assim como não significa necessariamente estar consciente). O trabalho de Luc Boltanski e Ève Chiapello (2009) acerca do *novo espírito do capitalismo* nos mostra que as injunções sistêmicas que pesam sobre os atores não bastam, por si só, para suscitar o seu empenho no capitalismo. A *ideologia* serve não como um subterfúgio dos dominadores, mas como justificações, apoiadas nos mesmos esquemas representativos, tanto para esses quanto para os dominados, acerca do funcionamento, das vantagens e das servidões da ordem em que estão inseridos. “Essas justificações devem basear-se em argumentos suficientemente robustos para serem aceitos como pacíficos por um número bastante grande de pessoas, de tal modo que seja possível conter ou superar o desespero ou o niilismo que a ordem capitalista também não para de inspirar, não só aos que são por ela oprimidos, mas também, às vezes, aos que têm a incumbência de mantê-la e de transmitir seus valores [...]” (p. 41-42).

construídos na instância de produção e tornados amplamente disponíveis a uma pluralidade de receptores dos quais, efetivamente, sabe-se muito pouco.

Não se trata de um processo “diabólico”¹⁹, mas do resultado de uma situação/um contexto e de um contrato de comunicação. As restrições que se encontram neste quadro, os interesses específicos, a lógica específica do campo de produção e as características dos meios técnicos utilizados publicizam um discurso de informação que influencia indiretamente a esfera pública através, principalmente, da possibilidade de estabelecimento de uma opinião pública. O poder de influência da mídia pode ser explicado por um *fazer saber, fazer pensar e fazer sentir* característicos de sua atividade. Entretanto, é preciso destacar o *indiretamente*, dada a consideração do processo de recepção das formas simbólicas como uma *atividade hermenêutica situada e rotineira*. Assim, instância de produção e instância de recepção funcionam diferentemente em uma mesma relação de construção sentido.

¹⁹ Referência ao termo “diabolização” utilizado por Lipovetsky (2004) para criticar certas visões “catastróficas” em relação à mídia. Tais críticas, em muito, dizem respeito aos trabalhos de Pierre Bourdieu. Em entrevista para o jornal Folha de São Paulo, Lipovetsky declarou que “Bourdieu representa o intelectual apocalíptico que ‘demoniza’ a mídia sem ver que ela também possui capacidades emancipadoras. Sua análise é unidimensional” (LIPOVETSKY, 2013). Tal afirmação, no entanto, soa um pouco exagerada no que diz respeito à “catástrofe” que seria vista por Bourdieu, que mais parece querer reivindicar um escape ao elitismo e à demagogia que envolvem a mídia: “é preciso a uma só vez defender a manutenção e mesmo a elevação do *direito de entrada* nos campos de produção [...] e o reforço do *dever de saída*, acompanhado de uma melhoria das condições e dos meios de saída” (BOURDIEU, 1997, p. 94-95, grifo do autor).

2 Nação: conceito, interpretações e mídia

A fim de melhor compreender as questões que envolvem a ideia de *nação*, dividiremos este capítulo em três seções. A primeira tratará do surgimento de tal ideia, dos questionamentos acerca das identidades nacionais e de algumas maneiras pelas quais a *nação* foi utilizada de maneira ideologizante. Na segunda seção, procuraremos abordar alguns trabalhos intelectuais de brasileiros e de algumas instituições que estiveram diretamente ligadas a reflexões e interpretações acerca da “realidade” do país, da “consciência nacional” e da identidade nacional, e que, muitas vezes, foram utilizadas como conteúdo ideológico. Por fim, analisaremos de que maneira o desenvolvimento da mídia passou a interferir na formação dessas identidades e no que a globalização influenciou nesse sentido. Com isso, poderemos melhor avaliar quais elementos caracterizam uma identidade nacional e tentar compreender de que maneira a mídia do Brasil poderia atuar de modo a propor um sentido a respeito da nação.

2.1 O “surgimento do nacional”

Zygmunt Bauman afirma que a identidade nacional nunca foi como as outras identidades, ela teria sido cuidadosamente construída pelo Estado e suas forças, com o objetivo de estabelecer um direito monopolista de traçar uma fronteira entre “nós” e “eles” (BAUMAN, 2005, p. 28). O autor explica que a questão a respeito da identidade só surge com a exposição a “comunidades” fundidas por ideias e princípios variados (em oposição àquelas que vivem juntas por uma ligação absoluta), como a que se vive no nosso contexto atual de diversidades e policultura.

A discussão a respeito de identidade nacional teria surgido na Europa quando do nascimento do Estado moderno. No século XVIII, explica-nos Bauman, a maioria das pessoas entendia a “totalidade da coabitação humana” a partir da visão que possuía da vizinhança adjacente ao seu local de habitação. Nesse contexto, baseado em uma “rede de familiaridade”, o lugar de cada indivíduo era evidente e não haveria muitos espaços para questionamentos acerca da identidade²⁰. Teria sido com a lenta redução do poder aglutinador das vizinhanças,

²⁰ É preciso certa cautela diante desta afirmação. Mesmo antes do surgimento do Estado, já existia, sim, uma ideia de identidade. Não como identidade *nacional*, mas algo relativo às regiões, onde cada país tem sua especificidade. Como exemplo, podemos mencionar a região linguística da Espanha romana de Augusto que mais tarde veio a tornar-se o galego-português, depois separada em Portugal e Galícia (TEYSSIER, 2001). Ou, ainda, a região do occitano, no sul da França, cuja língua (*langue d’oc*) concorria com o latim na Idade Média e que, ainda hoje, é reivindicada como região cultural diferente do norte (a do *langue d’oïl*, de maior influência germânica – distinção relativa às maneiras diferentes de se pronunciar o “sim” em um lugar e outro) (HUCHON, 2002).

aliado ao desenvolvimento dos transportes, que nascera o problema e a tarefa da identidade. O crescente Estado moderno passaria a enfrentar a necessidade de uma ordem que substituísse aquela das sociedades que o autor chama de “sociedades de familiaridade mútua”. O Estado-nação faria, então, do “nascimento” a sua própria soberania. Seria nesse momento que o “nascimento” viria à luz imediatamente como “nação”²¹.

Bauman salienta que perguntar acerca da identidade só faria sentido se existisse a possibilidade de ser outra coisa senão aquilo que se é, se houvesse uma escolha e se essa escolha dependesse somente do indivíduo. Nesse momento, pode-se começar a compreender que “pertencimento” e “identidade” são noções, de certa forma, flexíveis. “As decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’” (BAUMAN, 2005, p. 17). Entretanto, quando a identidade perde as âncoras sociais que a fazem parecer algo natural e predeterminado, a “identificação” passa a ser cada vez mais importante. A ideia de identidade nasce, então, da crise do pertencimento. Para o autor, tal ideia nascera como uma ficção e fora imposta aos homens e mulheres modernos, necessitando de muita coerção e convencimento para se consolidar e virar realidade.

Mas se trataria somente de algo artificial? Ela não teria nada de verdadeiro (em complemento à ficção) no que se pautar? Marcel Detienne, em *Identidade nacional, um enigma* (2013), nos diz que a *nação* não deve ser confundida com o que quer ser o Estado. Ela implica algo de espontâneo, essencial à força de um Povo, com seus sentimentos e paixões. O autor apresenta várias questões relacionadas à identidade nacional. São dois pontos de partida. O primeiro: a identidade, com duplo sentido, ligada à carteira de identidade (ou seja, uma série de procedimentos policiais, administrativos e burocráticos ligados à necessidade de identificar os cidadãos nacionais e os não nacionais) e à consciência que uma pessoa tem de si mesma (e que no indivíduo contemporâneo está atrelada a uma pressão para um cultivo cada vez mais personalizado de si, conforme veremos na seção seguinte). O segundo: a *nação*, ligada à ideia de nascimento, de um conjunto de seres humanos caracterizados por uma origem, uma língua e uma cultura comuns.

Devemos considerar, então, que a identidade nacional, ou qualquer identidade coletiva, está ligada à memória do grupo a que diz respeito. A busca pela manutenção de um passado em comum, através da manutenção da memória via narrativas escritas ou orais (dentre outras formas), pode ser uma maneira de preservar essa identidade. Jacques Le Goff, em

²¹ Referência de Bauman a Giorgio Agamben (BAUMAN, 2005, p. 25).

Histoire et mémoire (1988), considera que a memória é um elemento do que chamamos de identidade e, também, um instrumento objetivo de potência, estando submissa às manifestações do tempo e das sociedades. Daí, podemos compreender que ela possa ser utilizada como objeto de disputas entre grupos de interesses em determinados contextos.

Entretanto, feitas essas considerações, Detienne conduz à mesma questão de Bauman. Ele conta que, na Europa do século XVIII, a “nação” passa a se enunciar como pessoa jurídica e a questão “o que é um cidadão?” passa a ser colocada. Ele a relaciona especialmente ao “sufrágio universal” estabelecido na França de 1848 e explica que é nesse momento que o passado, uma “consciência histórica”, surge como categoria de estudo, quando passa a ser buscada a singularidade ligada à história da nação. Com os Estados buscando se estabelecer, os literatos, filósofos, historiadores, educadores passam a ser fonte de ajuda, visto que são aqueles que “exercem uma ação direta sobre o espírito público” (DETIENNE, 2013, p. 74).

É preciso dizer o que o autor salienta a respeito da ideia de história que por muito tempo fez parte do século XIX: a história (como eventos encadeados no tempo, ou seja, como processo) deveria ter um sentido, ou seja, uma compreensão teleológica. O que remete à concepção hegeliana de historicidade, compreendida como a dimensão própria ao Espírito em sua progressão até si mesmo, “trata-se, com efeito, de uma componente maior da representação do tempo modelada no início da instituição batizada de Igreja”: “O homem, criado no tempo, se encontra levado pelas águas silenciosas do rio da história, um rio que o conduz à morte e lhe abre o caminho da salvação se ele faz parte dos ‘predestinados’” (DETIENNE, 2013, p. 58-61). Dito isso, podemos entender o porquê da participação intelectual ser tão importante para um Estado que se construía a partir de uma nação e que precisava ser compreendido e adotado como um caminho melhor, na destituição do Antigo Regime.

A escola como um lugar de “transmissão da cultura” e o ensino de história deu ao sentimento nacional (aquele ligado a um lugar, língua e cultura de origem) uma armadura, à qual vieram juntar-se certos sentimentos de amor e ligação com os ancestrais. Esses “são aspectos obscuros e poderosos que podem se misturar segundo a cor do tempo, as escolhas políticas e a efetivação das crenças, ou seja, a maneira como elas são cultivadas ou injetadas numa sociedade”, afirma Detienne (2013, p. 74). E prossegue, dizendo que a “história nacional” modelou em profundidade a consciência nacional. A esta modelagem, o autor atribui o termo “mitideologia”: uma complexa configuração de representações, imagens e de ideias. Tratando o “mito” – de forma “geral e sem formalidade” – como uma história tida por “verdadeira” e considerando que nós também produzimos mitos como os antigos, ele afirma que as mitologias tomam forma pela necessidade constante de interpretações capazes de compreender a totalidade

dos fenômenos. “Uma boa ‘mitologia nacional’ apoiada no ‘foco irradiador da identidade’ deve ser muito bem configurada, conceitual e emocionalmente, para se autorreproduzir”. Daí o conceito de “mitideologia” (DETIENNE, 2013, p. 92-96).

Podemos pensar o caso brasileiro. Sabemos que, diferentemente da formação dos Estados modernos na Europa, mas com alguma influência das ideias que os tornaram possíveis, uma identidade nacional passou a ser questionada no Brasil já no final do século XIX e início do XX. Conjuguemos o que vimos no capítulo acerca do *poder simbólico* às explicações de Bauman e ao conceito de Detienne. As representações, imagens e ideias acerca da identidade nacional podem ser utilizadas, em determinados contextos, de forma a atingir certos objetivos – no que tange ao Estado, por exemplo – e estabelecer ou manter algum poder.

Pierre Bourdieu chama a atenção para as lutas pela autoridade científica a respeito da noção de região (no sentido administrativo) como objeto científico (que influencia e é influenciado pelas classificações sociais). Segundo ele, submetendo esse objeto a uma análise epistemológica baseada na história social da sua gênese e da sua utilização, vê-se que tal luta não é tão autônoma quanto querem crer os intelectuais nela envolvidos. As concorrências entre as disciplinas científicas a respeito da noção estariam diretamente relacionadas a momentos das políticas governamentais. Seria preciso, então, reconhecer a verdade dos atos de classificação do próprio cientista a fim de pôr corretamente o problema das classificações sociais e de conhecer tudo o que no seu objeto é produto de atos de classificação (BOURDIEU, 1989, p. 111).

Os critérios de definição da identidade regional são, na prática social, objetos de representações. *Representações mentais*, ou seja, atos de percepção e apreciação, de conhecimento e de reconhecimento, em que os agentes investem os seus pressupostos e os seus interesses. E *representações objetais*, isto é, coisas ou atos que têm como finalidade a determinação da representação mental que os outros terão desses critérios e dos seus portadores (BOURDIEU, 1989, p. 112). Podemos, então, compreender que as lutas a respeito da identidade ligada ao lugar de origem são lutas de *poder simbólico*.

Este ato de direito que consiste em afirmar com autoridade uma verdade que tem força de lei é um ato de conhecimento, o qual, por estar firmado, como todo o poder simbólico, no reconhecimento, produz a existência daquilo que enuncia (a *auctoritas*, como lembra Benveniste, é a capacidade de produzir que cabe em partilha ao *auctor*) (BOURDIEU, 1989, p. 114).

A “realidade”, para Bourdieu, é sempre social e aquelas classificações que parecem mais naturais se apoiam em características que são, em grande parte, fruto de uma imposição arbitrária. A eficácia dessa imposição é proporcional à autoridade daquele que a impõe, ou,

considerando os discursos em que se apoia, naquele que os enuncia. O discurso científico, então, produziria efeitos simbólicos ao designar os critérios “objetivos” que caracterizam uma identidade. A sua caracterização serve como base para a ação simbólica de mobilização para a produção de uma unidade real ou de uma *crença* nessa unidade (BOURDIEU, 1989, p. 115-120).

[...] logo que a questão regional ou nacional é objetivamente posta na realidade social, embora seja por uma minoria atuante [...], qualquer enunciado sobre a região funciona como um argumento que contribui – tanto mais largamente quanto mais largamente é reconhecido – para favorecer ou desfavorecer o acesso da região ao reconhecimento e, por este meio, à existência (BOURDIEU, 1989, p. 120).

Em suma, parece que, para Bourdieu, a representação do real contribui para a construção do real. O autor não estaria muito distante de Bauman e Detienne no que tange à noção da imposição de uma “identidade nacional” por parte das autoridades. Portanto, podemos apreender que não se trata, simplesmente, da criação de uma ficção coercitiva, nem mesmo parece pertinente pensar em ficção como mentira ou como construção sem referente na realidade. A imposição, aqui, não significa uma criação *ex nihilo*. Devemos considerar, pois, que muitas das ideias acerca de uma identidade nacional e de uma *nação* surgem em contexto de efervescência intelectual e política, com um fundo relacionado, de certa forma, àquela espontaneidade ligada ao povo, da qual fala Detienne. E, ainda, considerar que os próprios grupos, para além do Estado, vão se transformando internamente, mimetizando certos comportamentos a partir de contatos com outros grupos, alterando aspectos de suas identidades, lenta e gradualmente.

Benedict Anderson, que define *nação* como *uma comunidade política imaginada como inerentemente limitada e soberana*²², considera que a nacionalidade (qualidade de nação) é um artefato cultural particular. Uma vez criado, pode ser modelado, adaptado e transformado, e gerar apegos sentimentais profundos. Esses apegos poderiam ser explicados nas expressões linguísticas escolhidas para definir o objeto (a nacionalidade), utilizando vocabulários de parentesco ou de lugar que denotam algo ao qual se está naturalmente atado (ANDERSON, 1993, p. 21; 23; 200; 202). “Em todo o ‘natural’ há sempre algo que não se escolheu. Desta

²² *Imaginada* porque os seus membros jamais conhecerão a maioria dos seus compatriotas, mas em suas mentes existe a ideia de comunhão; *limitada* porque está localizada dentro de fronteiras, mesmo que elas sejam mais “elásticas” que suas demarcações; *soberana* porque a “nação” nasceu sob as influências da Ilustração e da Revolução Francesa, destituindo a legitimidade do reino divinamente ordenado; e *comunidade* porque, independente das desigualdades e explorações que abriga, a nação se concebe sempre em um companheirismo profundo e horizontal (ANDERSON, 1993, p. 23-25).

forma, a nacionalidade se assemelha à cor da pele, ao sexo, à linhagem e à época de nascimento: todas essas coisas não podemos escolhê-las” (ANDERSON, 1993, p. 202, tradução livre).

O caráter representativo das ideias ligadas à nacionalidade relaciona-se ao *poder simbólico*. Partindo de um enunciador legítimo, as representações propõem um sentido a respeito da realidade, e tendo critérios baseados em algo “natural” (naquele sentido das coisas que não se escolhe ao nascer), elas são utilizadas pelos “receptores” para dar sentido ao seu mundo²³. E, a partir daí, podem ter resultados práticos nas suas ações e, por conseguinte, no seu espaço social.

Como vimos no capítulo anterior, se essas representações são propostas ou utilizadas com algum interesse de estabelecer, legitimar ou manter uma ordem, eis a *nação* funcionando como forma de ideologia. Não como uma intencionalidade que cria uma identidade nacional a partir de um projeto pré-estabelecido. Mas como algo que se constrói ao mesmo tempo em que vão surgindo certas questões e certas respostas a respeito desse território, desse lugar comum de determinada sociedade, da sua forma de organização, etc. Gostaríamos, agora, de abordar alguns trabalhos intelectuais de brasileiros e de certas instituições que estiveram diretamente ligadas a essas reflexões, que contribuíram para a formação da identidade brasileira e que, muitas vezes, foram utilizadas como conteúdo ideológico.

2.2 Interpretações a respeito da identidade brasileira

Umas das primeiras interpretações que influenciaram a questão nacional foram produzidas ainda no contexto do Império e, de maneira mais acentuada, a partir da criação do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB) em 1838. Manoel Luís Salgado Guimarães mostra que o Brasil seguiu o modelo europeu, mas o espaço de competição acadêmica foi substituído por um espaço marcadamente elitista, a partir de intelectuais escolhidos e eleitos a partir de suas relações sociais. A instituição visava produzir uma homogeneização da visão de Brasil no interior das elites brasileiras. “É, portanto, à tarefa de pensar o Brasil segundo os postulados próprios de uma história comprometida com o desvendamento do processo de gênese da Nação que se entregam os letrados reunidos em torno do IHGB” (GUIMARÃES, 1988, p. 6). Temos, então, uma construção intelectual marcada pelo Estado Nacional como eixo

²³ Aqui, poderíamos citar, por exemplo, o problema surgido em estabelecer uma representação da nossa identidade brasileira, oriunda de etnias e culturas tão plurais. Como estabelecer algo unificador que nos identifique? Tal questão pode ser pensada a partir da identificação de inimigos internos, inimigos externos, ideias de miscigenação, a própria língua. Questões sociais e culturais que permitem a construção das identidades.

principal, a partir do qual se lê uma história do Brasil produzida nos círculos de uma elite imperial. Salgado Guimarães também salienta o sentido teleológico dessa produção, que possuía um papel central na condução dos rumos ao seu fim último: legitimar o presente, carregado de sentido político. Os resultados mostrados na revista trimestral do instituto possuem como temas centrais a problemática indígena e as suas relações com a problemática econômica, viagens e explanações científicas. Posteriormente, a abolição do tráfico negreiro também foi marcante, com a publicação das alternativas buscadas pelo IHGB em relação à mão de obra. Uma visão que se tornou cada vez mais presente no interior da instituição pode ser vista em um trabalho dos anos iniciais do instituto, de Januário da Cunha Barbosa em 1839, onde a escravidão era tida como responsável pelo atraso do país na corrida civilizatória. A alternativa era, então, resgatar a figura indígena como possível solução para a mão de obra no país (GUIMARÃES, 1988, p. 22-24).

A partir daí, podemos ver que algumas relações, bastante elitistas, estabelecidas entre a política, os interesses econômicos e os trabalhos intelectuais constituem uma consciência nacional que serviria para estabelecer ou legitimar uma ordem estabelecida e certos planos relacionados ao Estado. A título de ilustração, podemos citar ainda o caso do Rio Grande do Sul, onde ficou bem marcada a construção e a imposição de um mito cultural com a ajuda de intelectuais. O gaúcho era visto como uma figura marginal de origem mestiça, muitas vezes resultado de estupros de soldados e bandeirantes às índias da Região das Missões (e toda a região platina), que vagava à procura de couro, sem vínculo de trabalho fixo, embriagando-se, criando brigas e, inclusive, “roubando” mulheres. Em meados do século XIX, essa visão estaria praticamente extinta e, então, no século XX, a figura do gaúcho passa a ser usada pela oligarquia política a fim de aglutinar as novas forças sociais existentes no estado. A elite pecuarista da região, ameaçada pela pecuária platina, projetou uma ascensão da imagem do gaúcho junto aos grupos dominantes do centro do país. Coube aos intelectuais locais, principalmente reunidos na Sociedade Partenon, em Porto Alegre, realizar esforços no sentido de exaltar os tipos representativos mais caros à classe dirigente. Estabelecia-se, ali, uma apologia a figuras heroicas levantadas como símbolos da grandeza do povo rio-grandense, ligadas a ideais de honra, liberdade e igualdade (GONZAGA, 1996). Talvez esses grupos tenham apenas “oficializado” e conferido um caráter mais abrangente a uma figura que já existia em certos lugares do sul. Lembremos que o estado se compôs de grupos de origens muito diversas, como índios, negros, alemães, italianos, açorianos, entre outros (KUHN, 2004).

Ieda Gutfreind (s/d) explica que esse destaque do “gaúcho” é considerado como um discurso ideológico de cunho nacionalista. O certo é que, hoje, podemos dizer que esses

esforços em relação ao gaúcho (que muito pouco ilustra a diversidade da cultura local) construíram uma representação que se estabeleceu enquanto “tradição gaúcha”. Muito aludida e engrandecida especialmente pela televisão. Convém mencionar o “Caso Sepé”, nos anos 1950, que mobilizou a opinião pública através da imprensa (NEDEL, 2004). Trata-se de uma discussão que dividiu o Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul (IHGRS) em relação à conveniência de se erguer no município de São Gabriel um monumento aos 200 anos (completados em 1956) da morte do índio guarani Sepé Tiaraju, mártir da Guerra Guaranítica. Pôs-se em questão o “peso” das Missões na constituição da memória oficial do estado. O parecer do IHGRS declarou inaceitável o “brasileirismo” de Sepé, que não representava o povo gaúcho por ter se afirmado em luta contra os portugueses, sugerindo que em substituição a ele fosse dado um título a Rafael Pinto Bandeira, que resistiu à invasão espanhola em 1763, representando o “verdadeiro brasileiro”. Eis um claro exemplo da identidade regional construída a partir de disputas a respeito e a favor da memória histórica nacional.

Os trabalhos literários também ajudaram na construção da identidade nacional. Em 1873, Machado de Assis escreveu um ensaio onde analisa brevemente importantes textos da literatura brasileira. Para ele, era possível reconhecer nela certo instinto de nacionalidade. Ao interrogar-se sobre a vida e a natureza brasileira, os escritores iam dando fisionomia própria ao pensamento nacional. Entretanto, considerou errado pensar que o espírito nacional só se manifestaria em obras que tratam do assunto local, incluindo ainda as obras que têm por assunto “a toda a mais humanidade [*sic*], cujas aspirações, entusiasmo, fraquezas e dores [que] geralmente contam” (ASSIS, 1999, p. 16). Estudando o romance, a poesia, o teatro e a língua, e considerando aquele instinto perceptível, Machado procurou examinar se se possuía todas as condições e os motivos históricos de uma nacionalidade literária, de uma literatura mais independente. Sua conclusão é que, nesse sentido, o país padecia da falta de crítica, do gosto pela comparação com as produções estrangeiras e da falta da leitura dos clássicos.

Este ensaio serviu de inspiração a alguns trabalhos mais recentes. Antônio Candido, em 1975 (2000), apresentou um estudo sobre a formação da literatura brasileira. Sob uma perspectiva histórica, busca identificar o valor e a função das obras que analisa. Segundo ele, “Comparada às grandes, a nossa literatura é pobre e fraca. Mas é ela, não outra, que nos exprime” (p. 10). A literatura brasileira dos séculos XVIII e XIX seria toda voltada à construção de uma cultura válida para o país, onde seus autores contribuem e se inserem em um processo histórico da elaboração nacional.

A literatura do Brasil, como a dos outros países latino-americanos, é marcada por este compromisso com a vida nacional no seu conjunto, circunstância que

inexiste nas literaturas dos países de velha cultura. Nelas, os vínculos neste sentido são os que prendem necessariamente as produções do espírito ao conjunto das produções culturais; mas não a consciência, ou a intenção, de estar fazendo um pouco da nação ao fazer literatura (CANDIDO, 2000, p. 18).

Seguindo nesta linha, Jussara Bittencourt de Sá (2010) analisa algumas peças do teatro brasileiro do século XIX em busca da constituição de uma identidade nacional nos textos. As peças analisadas foram escolhidas pela presença do Outro, o estrangeiro, a partir do qual se possa definir o brasileiro. Os resultados apontam para apreensões diversificadas e diferenciadas da nação brasileira: alguns a consideram em um tempo de justiça e de progresso; outros como um país em construção que necessita dar maior crédito e espaço aos brasileiros; outros ainda que desmerecem a nação pela influência de valores imperialistas; aos personagens representantes da classe intermediária, o guia diário é a sobrevivência; a figura do negro aparece como um ser apático separado do corpo social; para os estrangeiros, o Brasil aparece como um território ideal representado na grandiosidade de sua natureza, um lugar alternativo de sobrevivência e prosperidade. Para Sá, essa multiplicidade de representações percebida nas peças traz à cena o contexto polifônico que se desenhava em seu tempo. Podemos considerar, então, a literatura como um dos elementos de construção intelectual da nacionalidade brasileira.

Outros trabalhos que viriam a ajudar em tal edificação tiveram um viés bastante crítico em relação ao momento e às condições políticas, econômicas e sociais em que se vivia, agora do ponto de vista histórico-sociológico²⁴. Em 1928, fora publicado *Retrato do Brasil: ensaio sobre a tristeza brasileira*, de Paulo Prado, obra de grande importância na formação da consciência política dos intelectuais modernistas. Filho de cafeicultores e estudante da Faculdade de Direito de São Paulo, o autor propõe um retrato do Brasil, procurando explicar as origens remotas do atraso econômico e cultural da nação e dos vícios crônicos dos regimes políticos, através da formação étnico-cultural da nacionalidade. Como fatores fundamentais, ele destaca a luxúria dos colonizadores em contato com os índios, a cobiça do colono e o desamor à terra, o mal romântico, a tristeza como chave do psiquismo nacional, originada da exacerbação sexual, da fome e do ouro, além dos cruzamentos poligâmicos. Além disso, ele enfatiza o papel da iniciativa privada na formação do país, deixando ao poder público a espera paciente dos seus frutos. Em meio aos problemas que podem surgir dessa interpretação, a sua obra chama a

²⁴ Os trabalhos de Paulo Prado, Gilberto Freyre e Sérgio Buarque de Holanda são aqui mencionados a partir de autores que sintetizam suas obras e biografias. Isto porque não se trata de debater exatamente as suas ideias, mas de mostrar de maneira mais ampla que as ideias construtoras da nação são pautadas e construídas pela reflexão de intelectuais e pela política. E de evidenciar que cada ideia é colocada a partir de uma perspectiva em relação ao país que se quer. Um problema que faz parte da história do Brasil, chegando até os dias atuais. Por isso, procuramos, neste trabalho, analisar qual a perspectiva da mídia, dada a percepção da utilização dos signos nacionais em suas veiculações no período de recorte proposto.

atenção, naquele contexto, para o atraso do país, sem fazer uma análise regionalista nem considerar a miscigenação exatamente uma questão de inferioridade²⁵ (MACHADO, 1981). Quase cem anos depois de Januário da Cunha Barbosa, vê-se ainda certo pessimismo, um sentido negativo de nossa identidade em construção.

Gilberto Freyre, filho de família dona de engenho e de pai voltado ao Direito, trouxera inovações, em 1933, com a publicação de *Casa Grande e Senzala*, sendo um dos primeiros a afirmar que os escravos contribuíram positivamente para a formação da sociedade brasileira, visto que o negro estaria mais preparado para a escravidão do que o indígena. Freyre contraria as doutrinas de branqueamento e sua obra se torna precursora da ideia de democracia racial no Brasil. Mais tarde, sua visão fora considerada racialista e racista, entretanto, é preciso levar em consideração o seu contexto intelectual, onde ainda não existiam debates críticos relativos a questões raciais e étnicas. O trabalho de Gilberto Freire é considerado uma inovação para o seu tempo, na forma de descrever a sociedade e em relação aos temas que aborda, e uma contribuição precursora dos estudos culturais que viriam a tomar corpo a partir da década de 1970 (BURKE, 2005).

Em 1936, Sérgio Buarque de Holanda publica o seu *Raízes do Brasil* (1995). O autor busca interpretar a dificuldade de progresso do país a partir de motivos que estariam ligados às suas “raízes”. Ele busca, nas origens ibéricas e na forma como o país foi formado, as explicações para: a frouxidão das instituições e a falta de coesão social, a mania geral de fidalguia, a repulsa pelo trabalho regular e as atividades utilitárias, de que decorre a falta de organização; uma adaptabilidade excepcional, mesmo funcionando com desleixo e abandono; valorização do “‘talento’, das atividades intelectuais que não se ligam ao trabalho material e parecem brotar de uma qualidade inata, como seria a fidalguia”; o uso das cidades como instrumento de dominação; o apreço às relações de simpatia, que dificultariam o comportamento impessoal exigido nas relações burocráticas e de Estado (o “homem cordial”)²⁶; a satisfação com o saber aparente, o culto às formas impressionantes, o exibicionismo, a improvisação e falta de aplicação seguida – de onde decorreram, na política, um liberalismo ornamental e a ausência do verdadeiro espírito democrático; a nossa forma contraditória de ora tendermos a uma

²⁵ Prado diz que o contato sexual evitou a segregação do elemento africano, como se deu nos Estados Unidos, dominados pelas antipatias e preconceitos raciais: “Nascemos juntos e juntos iremos até o fim dos nossos destinos” (PRADO, 1981, p. 135-136).

²⁶ “O ‘homem cordial’ não pressupõe bondade, mas somente o predomínio dos comportamentos de aparência afetiva, inclusive suas manifestações externas, não necessariamente sinceras nem profundas, que se opõem aos ritualismos da polidez. O ‘homem cordial’ é visceralmente inadequado às relações impessoais que decorrem da posição e da função do indivíduo, e não da sua marca pessoal e familiar, das afinidades nascidas na intimidade dos grupos primários” (CANDIDO, 1995, p. 17).

organização administrativa ideal, marcada pela impessoalidade, ora tendermos para o personalismo (CANDIDO, 1995, p. 9-21).

As duas últimas obras somadas à *Formação do Brasil contemporâneo*, de Caio Prado Júnior em 1942, são consideradas por Antônio Candido a chave para o entendimento da mentalidade intelectual e da análise social que surgiu pós Revolução de 1930. “Traziam a denúncia do preconceito de raça, a valorização do elemento cor, a crítica dos fundamentos ‘patriarcais’ e agrários, o discernimento das condições econômicas, a desmistificação da retórica liberal” (CANDIDO, 1995, p. 11). Sabemos que a época era de muitos conflitos a respeito do estabelecimento de uma república e dos “rumos” que deveria tomar o Estado nacional. Essas obras citadas seriam de pensadores que tomaram posições políticas de esquerda. No sentido de ilustrar aquele cenário intelectual, Antônio Candido menciona seus adversários da direita, especificamente os integralistas, que possuíam uma visão mais hierárquica e autoritária em relação à sociedade. Segundo ele, muitos desses teriam rumado à esquerda e participado das tentativas de reforma social cerceadas pelo golpe militar de 1964.

José Carlos Reis (2007), ao pesquisar como se deu a formação do Brasil-nação, elencou algumas obras, incluindo os autores acima mencionados, e separou-as em dois grupos. O das teses conservadoras dos intérpretes do *descobrimento do Brasil*: Francisco Adolfo de Varnhagen e Gilberto Freyre. E o das teses revolucionárias dos intérpretes do *redescobrimento do Brasil*: Capistrano de Abreu, Sérgio Buarque de Holanda, Nelson Werneck Sodré, Caio Prado Júnior, Florestan Fernandes e Fernando Henrique Cardoso. Reis apresenta uma visão *poliédrica* do país: “todas as representações do Brasil são relevantes, pois, juntas, revelam uma ideia do Brasil complexa, poliédrica; uma ideia composta de ideias, de projetos, um polígono de múltiplas faces ao mesmo tempo opostas e interligadas em uma mesma figura” (p. XVIII). Sintetizaremos esta interpretação, demonstrando as razões para a definição de cada grupo.

O primeiro grupo prioriza, segundo Reis (2007), *a continuidade em relação à mudança*. Em 1850, Varnhagen (*História geral do Brasil*), representou o Brasil como continuidade de Portugal e um grande feito dos portugueses. Via o seu passado de glórias e o seu futuro como uma nação poderosa. Seu trabalho fez um elogio à conquista e à colonização e tinha a esperança de que o Brasil não pagasse caro pela “mancha” indígena, negra e mestiça na sua identidade branco-europeia. Gilberto Freyre, em 1930, seguiu a mesma linha elogiosa, mas com uma ideia diferente sobre a mistura etno-cultural, como já vimos. O país deveria se espelhar nos grandes feitos portugueses e seguir seu futuro de país culturalmente miscigenado, democrático, livre, sem ódios raciais ou sociais, pois a miscigenação teria criado o tipo ideal para viver nos trópicos.

Já o segundo grupo prioriza *a mudança em relação à continuidade*. O Brasil deveria romper com sua herança ibérica e, buscando reconhecer-se a si mesmo, mudar profundamente a estrutura que herdou do passado. Para Capistrano de Abreu, em 1907 (*Capítulos de história colonial*), desde o início o Brasil quis romper com o domínio português, formando sua identidade através da conquista dos sertões, buscando escapar ao domínio do rei, sua espoliação fiscal, sua administração. Assim consolidou seu sentimento e projeto de fundar uma nação autônoma, independente e soberana.

Conforme mencionado anteriormente, Sérgio Buarque de Holanda identifica as características herdadas de nossas “raízes”, motivo de atraso no progresso do país. A partir desse reconhecimento é proposta a ruptura. O caminho para fundar uma nação era “reconhecer os ritmos particulares dos tempos brasileiros e produzir uma representação adequada do Brasil, criar valores e instituições que o façam ‘funcionar’” (REIS, 2007, p. XXII). Nelson Werneck Sodré, teórico marxista mais importante dos anos 1950 (*História da burguesia brasileira e Modos de produção no Brasil*), entendia que os brasileiros, oprimidos e escravizados, sonhavam com a revolução e o socialismo para romper com o passado de conquista e espoliação, com a elite agrário-feudal, que oprimia de dentro, e com o imperialismo, que oprimia de fora. Mencionado anteriormente, Caio Prado Júnior teria dado um “choque de realidade” no sonho revolucionário. Para ele, era preciso perceber os limites estruturais da mudança desejada e defini-la em termos brasileiros, considerando as especificidades locais. A dependência insuperável condenava o país ao subdesenvolvimento. Sua questão era: então, como romper com essa dependência e promover o desenvolvimento? Já Florestan Fernandes, em 1975 (*A revolução burguesa no Brasil*), defendia a necessidade de uma análise histórico-sociológica científica do passado-presente, envolvendo teoria adequada e ação eficiente. Era preciso reconhecer a predominância da continuidade e os limites e as margens para a mudança. A soberania nacional seria compatível com a dependência duradoura? Para ele, o impasse parecia insuperável. Fernando Henrique Cardoso, em 1970 (*Dependência e desenvolvimento na América Latina*) pretendeu dar uma solução ao problema em discussão. Para produzir desenvolvimento, não seria preciso romper com o capitalismo e se isolar do mundo. Dependência não significava necessariamente submissão, mas articulação, interação, negociação, integração e, sobretudo, desenvolvimento. Seria preciso atrair os capitais externos e torná-los mobilizadores das energias brasileiras.

Os trabalhos intelectuais mencionados foram importantíssimos para a constante (re)construção de nossa identidade. Também é importante citar o papel de certas instituições nessa constituição. Além do referido IHGB, chamamos a atenção para a atuação de outras

instituições que desenvolveram pesquisas com o objetivo de realizar interpretações acerca da realidade nacional. Segundo Fernando Prestes Motta (1979), estes institutos forneceriam um corpo doutrinário e ideológico que auxiliasse o Estado a promover o desenvolvimento do país. O Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB) foi fundado em 1955 como órgão do Ministério da Educação e Cultura. No início da década, basicamente duas correntes discutiam a respeito dos “rumos” que deveriam ser dados ao Estado e à economia brasileira: uma defensora de uma posição nacionalista e outra favorável a entrada do capital estrangeiro. Dentre os grupos de discussão, o “grupo de Itatiaia”, formado por alguns intelectuais e técnicos da administração pública, teria decidido organizar-se formalmente, fundando o Instituto Brasileiro de Economia, Sociologia e Política (IBESP), em 1953. Atuando na extensão universitária e na publicação de um periódico (*Cadernos do Nosso Tempo*), o IBESP foi ampliado e transformado em ISEB. Foi instituído um curso regular para pessoas que ocupavam posições no serviço público ou no setor privado voltadas ao estudo dos problemas nacionais e ao planejamento ou proposição de soluções. O principal objetivo era o de desenvolver um projeto capitalista que substituísse as antigas elites oligárquicas dirigentes do país pela burguesia industrial nacional. O ISEB teria sido um dos núcleos mais importantes de fundamentação de uma ideologia nacional-desenvolvimentista, que estaria impregnada em todo o sistema político brasileiro desde 1954 até 1964 (quando foi extinto pelos militares que depuseram João Goulart) (ABREU, s/d).

Outros grupos que teriam atuado em discussões que, de certa forma, promoviam uma interpretação econômica, política e social do país, foram o Instituto Brasileiro de Ação Democrática (IBAD) e o Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (IPES). Os institutos reuniam empresários brasileiros e estrangeiros, militares, jornalistas, intelectuais preocupados com a orientação política do governo nacional. Seu propósito era subsidiar um novo projeto de desenvolvimento para o país, defendendo a livre iniciativa, a participação do capital estrangeiro na economia nacional, a democracia, a moral e os “bons costumes”, e o anticomunismo. Os grupos atuaram na produção intelectual e divulgação de pesquisas e palestras sobre a realidade brasileira, além de realizar e promover propagandas, filmes, revistas e traduções de livros. O IBAD foi fechado em 1963, como resultado de uma Comissão de Inquérito Parlamentar que comprovou o seu envolvimento ilegal na campanha eleitoral de 1962. Já o IPES, de atuação menos ostensiva, funcionou até 1972, tendo atuado em campanhas anti João Goulart e em apoio à tomada do governo pelos militares (OLIVEIRA, s/d; GOLPE MILITAR, s/d).

Na decorrência desses últimos trabalhos mencionados, Luiz Carlos Bresser-Pereira (2015) apresenta uma interpretação que chama de *nacional-dependente*. Essa expressão seria

usada para assinalar a ambiguidade das elites industriais brasileiras que ora adotam uma postura econômica nacional-desenvolvimentista, ora se subordinam ao liberalismo e aos interesses estrangeiros. Do seu ponto de vista, o Brasil é uma “nação incompleta” e uma “sociedade ainda nacional-dependente”, pois não se constituiu em uma nação forte como são as nações dos países ricos e dos países asiáticos emergentes. Contrário à teoria da dependência, o autor considera que entre 1930 e 1980 teria ocorrido uma revolução burguesa, em razão da sua identificação com o interesse nacional. Porém, a partir da década de 1980, o enfraquecimento da ideia de *nação*, no plano político, e os altos juros e câmbio sobreapreciado a longo prazo, no plano econômico, teriam resultado no decréscimo da taxa de crescimento do país. A dificuldade de consolidação da nação estaria centrada, então, nesse caráter contraditório da burguesia brasileira que, flertando com ambas as orientações, fez a coalizão de classes estabelecer pactos políticos alternantes ao longo de sua história.

Enfim, o objetivo desta seção foi o de relacionar certos trabalhos intelectuais que ajudaram na formação nacional. Intencionalmente formados e ligados ao Estado, ou literários explorando as características naturais e populacionais, ou histórico-sociológicos visando compreender a realidade e pensar acerca do futuro, ligados ou não a certos grupos de interesses econômicos, suas ideias foram bastante difundidas e são, em grande parte, referências até hoje. Em todas elas, podemos observar a construção de interpretações e a produção de ideias que puderam ser utilizadas, de certa forma, a fim de influenciar na política e na condução da administração do país. Todos esses “retratos do Brasil” não são exteriores aos brasileiros, isolados em cátedras ou limitados à discussão de uma elite político-intelectual:

Eles são infiltrados na vida escolar, familiar, política, cultural, religiosa, empresarial, sindical, afetiva. Na vida pessoal e social. Eles orientam a ação, a avaliação do passado, do presente e do futuro. Eles sustentam e formulam os valores brasileiros, pois emergiram dos diversos sujeitos históricos brasileiros e constroem e representam suas diversas identidades (REIS, 2007, p. xxiv).

Diante dessa diversidade de explicações, vê-se uma nação que avalia sua realidade e pensa sobre o *si mesmo*. Reis (2007) destaca, através de referência a Hegel, que o ponto mais alto do desenvolvimento de um povo é a consciência racional de sua própria vida e sua condição.

Mas e qual é exatamente a relação da mídia com tudo isso? Vejamos agora como as organizações midiáticas e as suas produções podem atuar de forma a interferir em certas noções acerca da nacionalidade.

2.3 Mídia e identidades

Retomemos o trabalho de Benedict Anderson. O autor argumenta que a convergência do capitalismo e da tecnologia da imprensa agindo na fatalidade da diversidade da linguagem humana fez possível uma nova comunidade imaginada, que prepararia o cenário à *nação* moderna. A interação entre esses três elementos teria sido essencial ao surgimento das novas *comunidades nacionais imaginadas* (ANDERSON, 1993, p. 70-71; 75). A esses fatores, talvez fosse importante relacionar ou unir as guerras, que em muito intervêm nas noções de identidade, visto que “povos invadem outros povos”. O Estado pode usar isso a seu favor, mas sempre há algo que ultrapassa essa questão, tocando as pessoas e os seus sentimentos nacionais de alguma forma.

Segundo Anderson, a possibilidade de imaginar a *nação* só foi possível quando três concepções culturais fundamentais perderam o seu controle sobre as mentes dos homens na Europa dos séculos XV e XVI. A primeira seria a ideia de que uma língua escrita particular, o latim, oferecia um acesso privilegiado à verdade ontológica (por ser a língua da religião católica)²⁷. A segunda era a crença na ordenação da sociedade em torno e abaixo dos monarcas de ordenamento divino. A terceira seria uma concepção de temporalidade baseada na indistinção entre a cosmologia e a história. Essas certezas teriam sido abaladas em razão da mudança econômica (o desenvolvimento do capitalismo), dos “descobrimientos” sociais e científicos, e do desenvolvimento das comunicações cada vez mais rápidas (ANDERSON, 1993, p. 61-62). Para o autor, o surgimento da imprensa como mercadoria é a chave para a geração de novas ideias acerca de simultaneidade, permitindo que as pessoas pensassem acerca de si mesmas e se relacionassem com os outros de formas totalmente novas. Esse seria o “ponto de origem” das comunidades do tipo “horizontal-secular, de tempo transversal” (ANDERSON, 1993, p. 62-63).

Uma das primeiras formas de empresa capitalista, as atividades editoriais teriam buscado cada vez mais a ampliação do seu mercado, esgotando em aproximadamente 150 anos o público letrado na língua latina. Assim, teriam rumado ao mercado das línguas vernáculas, dando a elas um impulso revolucionário forçado por três fatores externos: a mudança no próprio latim, em razão dos esforços humanistas de fazer reviver as obras da Antiguidade pré-cristã; a repercussão da Reforma, com as suas edições da Bíblia e publicações de textos protestantes; e

²⁷ Talvez devêssemos ter um pouco de cuidado com essa ênfase do autor na língua latina. Talvez fosse mais certo pensá-la como um elemento de tentativa de abranger uma totalidade que não era tão una assim. O caráter mercadológico apresentado a seguir também deve ser tomado com cuidado.

a difusão lenta e gradual das línguas vernáculas como instrumento de centralização administrativa (ANDERSON, 1993, p. 65-70).

Essas línguas impressas formaram as bases da consciência nacional em três formas distintas. Em primeiro lugar, e sobretudo, criaram campos unificados de intercâmbio e comunicações por debaixo do latim e por cima das línguas vernáculas faladas. [...] Em segundo lugar, o capitalismo impresso deu uma nova fixidez à linguagem, o que a longo passo ajudou a forjar essa imagem de antiguidade tão fundamental para a ideia subjetiva da nação. [...] Terceiro, o capitalismo impresso criou linguagens de poder de uma classe diferente a das antigas línguas vernáculas administrativas (ANDERSON, 1993, p. 72-74, tradução livre).

Parece-nos que Anderson dá valor exacerbado à língua latina como recurso central de acesso à verdade da existência e ao papel da imprensa como alavanca às comunidades nacionais imaginadas e, ainda, que ele procura muitas relações causais que só seriam possíveis de estabelecer a partir de uma análise tão posterior quanto a sua²⁸. Ainda assim, parece fazer sentido a sua explicação do surgimento dessas formas de comunidades a partir do desenvolvimento dos novos sistemas de comunicação e de difusão de conteúdos simbólicos. John B. Thompson apresenta algumas críticas à argumentação de Anderson, destacando a falta de delineamento convincente das consequências sociais e políticas das mudanças que ele mesmo examina acerca do início da era moderna (THOMPSON, 2008, p. 61-62).

Em relação a tais consequências, podemos mencionar a obra *Mudança estrutural da esfera pública*, de Jürgen Habermas (2014), a respeito da formação de uma esfera pública moderna, que o autor distingue das anteriores das cortes, da Idade Média e da Grécia Antiga. Tratava-se de um espaço de discussão localizado entre a autoridade pública ou o Estado e o domínio privado da sociedade civil e da família, com o objetivo de debater entre si questões relacionadas à vida privada, à administração pública e à regulação das atividades da sociedade civil. “[...] a esfera pública burguesa não visava à conquista direta do poder do Estado; antes, busca a racionalização do poder político, procurando estabelecer novas bases de legitimação para sua origem e seu exercício: o consentimento racional entre pessoas autônomas, livres e iguais” (WERLE, 2014).

Habermas (2014) atribuiu especial importância ao surgimento da imprensa periódica na formação dessa nova esfera pública. Os semanários morais e os jornais críticos surgidos produziram um novo fórum de debates no fim do século XVII e início do século XVIII. O autor

²⁸ O que não é característica exclusiva do autor. Muitos dos trabalhos que utilizamos nesta dissertação acabam, em algum momento, estabelecendo relações de causalidade difíceis de verificar ou que acabam desconsiderando alguns elementos que possam ter influência no que se procura explicar. E talvez até este trabalho o faça, embora procure evitar.

mostrou que a lógica de discussão dos salões burgueses (de origem aristocrática) se estendia a outras modalidades, formando novos espaços de socialização, como as casas de chá, os cafés, os clubes, os círculos de leitores e os *pubs*. Essas discussões tiveram um impacto, de maneira gradual, sobre a formação institucional dos estados modernos (a exemplo, como cita Habermas, da abertura do parlamento inglês ao escrutínio público).

Mas é importante não perder de vista que isso decorre da própria importância pública das questões vinculadas à produção e reprodução de uma economia capitalista de mercado. À medida que a economia capitalista foi se expandindo, tornou-se cada vez mais evidente que a reprodução material teria de ser orientada por alguma regulação que fosse além da mão invisível do mercado (WERLE, 2014, p. 26).

Thompson (2008, p. 69-72) apresenta alguns problemas históricos contidos na explicação de Habermas²⁹. Primeiro, a negligência da importância das outras formas de discurso e atividades públicas que existiram entre os séculos XVII e XIX. Segundo, a ênfase na imprensa periódica, visto que esse tipo de impressão não foi o primeiro nem o mais comum. Terceiro, a falta de problematização da natureza restrita da esfera pública, predominantemente masculina. E, ainda, os argumentos de Habermas que dizem respeito ao declínio da esfera pública burguesa, considerando (na extensão dos trabalhos de Horkheimer e Adorno sobre a *indústria cultural*³⁰) a passividade da massa consumidora dos produtos midiáticos e o caráter de publicidade representativa da política mediada.

Atentemos, então, para as observações de Thompson sobre as alterações na forma de ação e interação entre os indivíduos, possíveis graças aos novos meios de comunicação, e sobre como o desenvolvimento da mídia alterou gradualmente as tradições e a relação dos indivíduos com elas.

Segundo o autor, com o desenvolvimento da comunicação midiática, o intercâmbio de informações e de conteúdos simbólicos no mundo social passa a acontecer, cada vez mais, em contextos diferentes dos contextos de interação face a face entre indivíduos que compartilham um ambiente comum. O uso dos meios de comunicação fez surgir duas novas formas de ação e de interação no mundo moderno, para além das interações de co-presença: interação mediada e

²⁹ Habermas, na elaboração do prefácio à edição de 1990 da obra em questão, faz sérias considerações a respeito das críticas que sofreu e da superficialidade do tratamento do assunto, recapitulando as mudanças de perspectivas dos estudos de história e de ciências sociais (HABERMAS, 2014). Entretanto, Thompson alerta para a dificuldade de revelar as consequências desses problemas para a teoria e a análise da esfera pública.

³⁰ Segundo Adorno e Horkheimer, a cultura contemporânea não passa de um negócio utilizado como ideologia destinada a legitimar os produtos industriais. Padronizados e feitos em série, os produtos seriam aceitos sem resistência, pois nasceriam do planejamento baseado nas necessidades dos consumidores, e teriam um efeito harmonizante e totalizante. A indústria cultural controlaria os consumidores através da oferta da diversão e por não exigir esforço intelectual. Assim, o pensamento é massacrado e despedaçado (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 113-156).

quase-interação mediada. O primeiro novo tipo seria o da interação mediada por meios técnicos (papel, fios elétricos etc.). Esta interação separa os contextos de produção e de recepção do conteúdo simbólico e estende a sua disponibilidade no tempo e no espaço. Em razão dessa separação, perdem-se as possibilidades de deixas simbólicas de uma interação face a face, como o uso de entonação na fala, de gestos, expressões faciais etc. A atividade de comunicar ou de informar é dirigida a receptores específicos e o seu fluxo é de sentido duplo, ou seja, dialógica. Já as quase-interações mediadas possuem diferenças da primeira em relação à orientação da atividade e ao seu fluxo. O número de receptores potenciais passa a ser indefinido, visto que elas são estabelecidas por meios de comunicação de massa (rádio, televisão, livros, jornais, revistas etc.). E a comunicação passa a ter um fluxo monológico, isto é, de sentido único, não possibilitando uma resposta direta e imediata (THOMPSON, 2008, p. 78-80).

Quanto às consequências desses novos tipos de interação estabelecidos pelo desenvolvimento da mídia para o mundo social, veremos, primeiramente, o que Thompson explica como nova ancoragem das tradições (tomando tradição em um sentido geral de algo transmitido do passado). Segundo o autor, os indivíduos passaram a ter conhecimento de outras realidades que não aquelas limitadas à esfera dos seus encontros de co-presença diários. Além disso, foi possível estabelecer certo distanciamento das formas simbólicas transmitidas na interação face a face e das autoridades que prevaleciam nos seus contextos sociais. Dessa maneira, surgiram muitas e novas possibilidades e sentidos às pessoas, cujo “processo de autoformação tornou-se mais reflexivo e aberto, no sentido de que os indivíduos recorriam cada vez mais aos próprios recursos e ao conteúdo simbólico transmitido pela mídia para chegarem a identidades coerentes para si mesmos” (THOMPSON, 2008, p. 160).

Para Thompson, isso não significa, necessariamente, um fim ou mesmo um enfraquecimento das tradições. O advento das sociedades modernas fez declinarem os seus aspectos *normativo* e *legitimador*, fazendo com que a fundamentação tradicional da ação e o papel da autoridade tradicional percam lugar. Já os seus aspectos *hermenêutico* e *identificador* teriam mantido a sua importância, como uma forma de dar sentido ao mundo e de criar uma ideia de pertencimento (THOMPSON, 2008, p. 165). Elas foram transformadas pela mídia, perdendo sua ancoragem nos contextos práticos da vida cotidiana, elas se *desritualizaram*. Além disso, elas se *despersonalizaram*, ou seja, a autoridade da tradição deixa de ser ancorada nos indivíduos de interação dos contextos práticos e de co-presença da vida diária. E, ainda, as tradições foram *deslocadas*, libertas dos limites impostos pela transmissão oral de interação face a face, possibilitando a sua reimplantação em novos contextos e em unidades territoriais que vão além dos limites das localidades compartilhadas (THOMPSON, 2008, p. 172-173).

Essas transformações não devem ser vistas, segundo o autor, como algo que conduza os indivíduos obrigatoriamente ao abandono das formas “tradicionais” de viver e à adoção de “modernos” estilos de vida. A consequência individual do desenvolvimento das sociedades modernas e da mídia estaria na condução dos indivíduos a dependerem cada vez mais dos seus próprios recursos para construir a sua identidade, acarretando uma formação mais aberta e reflexiva do seu *eu (self)*. Ao mesmo tempo, esse processo seria cada vez mais tocado pelos materiais simbólicos mediados, que o alimentam e se expandem em uma gama enorme de opções, enfraquecendo, sem destruir, a conexão entre a sua formação e o local compartilhado do seu convívio diário (THOMPSON, 2008, p. 181-183).

Diante dessas observações, podemos apreender que a mídia passa a ter cada vez mais importância na vida social das pessoas e nos seus processos de construção de si, ao menos no que diz respeito à modificação das interações diárias, que se expandem no espaço e no tempo, e ao aumento de possibilidades de sentido disponíveis. Se pensarmos especificamente no tema deste trabalho, podemos inferir que o contato com símbolos que digam respeito a outras identidades nacionais, por exemplo, poderia gerar uma necessidade maior de autoidentificação – seja no sentido de afirmar sua “nacionalidade” ou de refutá-la. Certamente a influência do Estado ou de grupos nacionalistas teria efeito nesse processo, visto a sua capacidade de utilizar certos recursos ideológicos que influenciam na “consciência nacional”. Todavia, em um mundo cada vez mais globalizado, inicialmente, parece fazer sentido que as identidades nacionais se enfraqueçam.

Retornando a Zygmunt Bauman, com o avanço da globalização, o Estado não possuiria mais o poder ou o desejo de manter estreita a sua união com a *nação*. Isso poderia ser visto na transferência cada vez maior das suas tarefas à iniciativa privada. Delegando algumas das que eram suas responsabilidades à mão-de-obra e ao capital dos mercados globais, o Estado sentiria diminuída a necessidade de realização de esforços patrióticos.

Até mesmo o patriotismo, o ativo mais zelosamente preservado pelos Estados-nações modernos, foi transferido às forças do mercado e por elas remodelado para aumentar os lucros dos promotores do esporte, do *show business*, de festividades comemorativas e da indústria da *memorabilia* (BAUMAN, 2005, p. 34).

Dáí, podemos inferir a atuação cada vez mais intensa da mídia em promover serviços e produtos que envolvam os “sentimentos nacionais”, a “memória coletiva nacional”, disputas pela “memória oficial”, e afins. O autor mostra que esse aspecto da globalização teria consequências sobre as identidades. Perdendo a “âncora social” que o Estado fornecia como uma referência ortodoxa e institucional da nação e de sua identidade, a “identificação” se torna

cada vez mais importante para os indivíduos. Empenhados agora em tentativas “livres”, eles buscam encontrar ou estabelecer grupos que tendem, hoje em dia, a ser eletronicamente mediados. Nesse meio virtual, de fácil acesso e de fácil abandono, seria difícil encontrar uma substituição para aquelas formas sólidas (ou supostamente sólidas) de referência (como o Estado-nação) que podiam prometer um sentimento de pertença (ainda que ilusório ou fraudulento) (BAUMAN, 2005, p. 31).

As principais razões de as identidades serem estritamente definidas e desprovidas de ambiguidade (tão bem definidas e inequívocas quanto à soberania territorial do Estado), e de manterem o mesmo formato reconhecível ao longo do tempo, desapareceram ou perderam muito do poder constrangedor que um dia tiveram. As identidades ganharam livre curso, e agora cada a cada indivíduo, homem ou mulher, capturá-las em pleno voo, usando os seus próprios recursos e ferramentas (BAUMAN, 2005, p. 35).

Diante de uma sociedade cada vez mais privatizada e desregulamentada, as pessoas se sentiriam confiadas à sua própria sorte, orientadas a confiarem em si próprias, nas suas habilidades e esforços. Isso poderia conduzi-las a buscar alternativas de “abrigo” e de meios que fornecessem o “material” para a construção de suas identidades. Bauman indica que a ascensão de certos fundamentalismos não teria nada de misterioso, visto que algumas doutrinas oferecem aquela solidez perdida. Outro caminho seria o que o autor chama de “comunidades guarda-roupa” (BAUMAN, 2005, p. 37). Existindo, ainda que apenas na aparência, essas comunidades seriam “lugares de espetáculo” onde as pessoas “pendurariam os seus problemas” na entrada, aproveitariam o evento, e os recolheriam ao final. Qualquer acontecimento espetacular ou escandaloso serviria como pretexto: uma partida de futebol, um crime que chame atenção, uma situação envolvendo a vida de alguma celebridade, um show etc. Suas vantagens seriam a curta duração e a precariedade do compromisso exigido por elas.

Eis o que podemos perceber como um crescente “espaço” dado à mídia. Não que as “comunidades guarda-roupa” surjam dela, mas ela pode promover e oferecer o evento que tais comunidades utilizam como razão de ser. Bauman não afirma que a mídia determina as identidades; mas, frente à dificuldade de acesso da maioria do seu público ao “multiculturalismo” vivido pelas elites mundiais através de viagens de avião ou pela internet, entende que a mídia forneceria a matéria bruta para os seus leitores/espectadores enfrentassem a ambivalência de sua posição social (BAUMAN, 2005, p. 103-104).

Os movimentos migratórios, no entanto, têm tomado grandes proporções nos últimos anos, o que parece não restringir o contato à diversidade cultural às elites, veja-se, por exemplo, os casos da emigração dos povos árabes e africanos para a Europa, de haitianos e venezuelanos para o Brasil, mais recentemente. Mesmo que em condições economicamente precárias, eles

têm contato direto com culturas distintas, provocando, inclusive, muitas reações xenófobas. Porém, compreendemos que a mídia ganhe esse espaço de fornecedora de recursos identitários que já não é reivindicado pelo Estado com exclusividade.

Nesse contexto de “abertura mundial”, o cosmopolitismo recebe destaque, podendo ser concebido a partir da ideia de que a identidade do “cidadão do mundo” se desenvolve separadamente dos discursos das âncoras e coletividades nacionais e locais. Entretanto, como mostram Irene Skovgaard-Smith e Flemming Poulfelt (2017), através de uma retomada dos conceitos sobre o tema, o cosmopolitismo e as identidades nacionais não são necessariamente mutuamente excludentes. Os autores o compreendem como um discurso de identidade cultural que, ao passo que minimiza as afiliações nacionais e as diferenças culturais, as utiliza como marcas e símbolos de diferenciação interna e como objetos de inclusão cosmopolita. Além disso, a desterritorialização e a mobilidade concernentes ao cosmopolita não afastam a fixidez e a localidade da vida social e do trabalho nas “cidades globais”. Assim, fala-se em “cosmopolitismo enraizado”, com raízes e asas ao mesmo tempo³¹.

Outras noções que também parecem não se opor são a do imaginário do Estado-nação e as de globalização e neoliberalismo. O uso de ideias e ideais nacionais tem aparecido como um recurso de fortalecimento (cultural, econômico, soberano) de um país frente aos outros ou frente a blocos de países. Vide o caso de certas posturas nacionalistas recentes, como, por exemplo, o do “Ministério da Identidade” criado na França em 2007 e o do Brexit, a escolha pela saída do Reino Unido da União Europeia, através de referendo em 2016. Christian Laval e Pierre Dardot (LAVAL; DARDOT; FERNÁNDEZ-SAVATER, 2017) diferenciam certos movimentos como os de emancipação da Escócia e da Catalunha dos movimentos mencionados. Para os autores, aquela retomada nacionalista, como o desejo de restauração da soberania, trata-se mais de uma postura reacionária e xenófoba, que, ao contrário do que possa parecer, concilia-se bem com o neoliberalismo.

Visto como uma *nova racionalidade*, e não apenas como um tipo de ideologia ou de política econômica, o neoliberalismo, segundo Dardot e Laval (2016) “é um sistema normativo que ampliou sua influência ao mundo inteiro, estendendo a lógica do capital a todas as relações sociais e a todas as esferas da vida” (p. 7), produzindo certas maneiras de viver e certas subjetividades. Sua característica principal seria a generalização da concorrência como norma de conduta e da empresa como modelo de subjetivação. Tal lógica não escaparia ao Estado que,

³¹ Menção dos autores aos trabalhos de Appiah A. K. (Cosmopolitan patriots. *Critical Inquiry* 23(3), 1997: 617-639) e Beck U. (The cosmopolitan society and its enemies. *Theory, Culture and Society* 19(1-2), 2002: 17-44) que utilizam a terminologia “*rooted cosmopolitanism*”.

longe de ser excluído, tem o papel essencial de protetor supremo da concorrência e da estabilidade monetária, tidos como direitos do cidadão, assim como o direito ao gozo da igualdade de direitos e chances (p. 117).

Portanto, podemos compreender que a defesa de um ideal nacional não é contrária à lógica de mercado do mundo globalizado. Assim como a ideia do cosmopolitismo. Seria difícil tratar do tema *nação* sem mencionar essa pluralidade de usos a quais o termo se presta. Em relação ao Brasil, Marcos Nobre (2012) aponta para o debate acerca do “projeto de país” estar localizado entre a ideia de “formação”, ou desenvolvimentismo (defendida ainda hoje pelos teóricos da *dependência*, assim como por Bresser-Pereira e sua *nacional-dependência*), e um “neomodernismo internacional acrítico”. Para o autor, os dois lados desta “medalha ideológica” estariam organizados segundo a específica lógica de redes. Um representando o saudosismo de um projeto nacional caduco desde o início dos anos 1980 pela falta de condições do Estado em relação à indução de desenvolvimento e ao estabelecimento de um padrão tecnológico de produção. E outro representando a promoção de instituições flexíveis ajustadas aos padrões mundiais.

Chegando ao fim deste capítulo, pudemos apreender que uma ideia de identidade nacional surge da conjugação de algo que é “espontâneo” do povo de uma região – ligado ao nascimento em um lugar comum, à língua e à cultura – com a interpretação de alguns a respeito das suas características. O resultado estaria em formas simbólicas, de caráter representativo, utilizadas para dar sentido ao mundo, a partir dos recursos que possuem os seus receptores (como vimos no capítulo anterior). Devemos observar que essas representações são, normalmente, originadas em contextos institucionais, intelectuais e/ou políticos, podendo também surgir de ambientes literários e quaisquer outros que se ponham a refletir acerca das questões sobre o “nacional”. Com isso, entenderemos que elas podem, mas não necessariamente estão ligadas a certas disputas que envolvem visões de mundo e interesses os mais diversos (econômicos, políticos, familiares etc.). Surgidas desses contextos, as representações da identidade nacional podem também ser utilizadas de maneira ideológica, criando sentidos a partir das concepções de determinados grupos interessados em estabelecer ou manter alguma relação de dominação, seja ela do interesse que for.

Pudemos verificar também que, no Brasil, as principais interpretações que embasaram a construção da identidade brasileira (pelo destaque que receberam ou pela ligação com o) surgiram já no cenário imperial. Isso não significa dizer que anteriormente a isso a questão nacional não era pensada. Porém, o destaque que procuramos dar na segunda seção foi a respeito das representações criadas a partir de certos contextos institucionais, como o Estado, o

meio literário, intelectual e acadêmico, e o meio empresarial. Tais produções foram utilizadas com fins políticos, no intuito de influenciar, de várias maneiras, a condução do Estado brasileiro, sugerindo algumas visões sobre a realidade do país, sobre a cultura, a identidade e a consciência nacional, e sobre os melhores caminhos a serem tomados para governar o Brasil e desenvolvê-lo econômica e socialmente.

Vimos também que a mídia marca sua presença nas construções das nações, embora seja difícil precisar objetivamente o seu papel. Vimos com Benedict Anderson que a difusão dos impressos influenciou, de certa forma, a percepção das pessoas acerca da simultaneidade, possibilitando-as pensar diferentemente sobre si e interagir diferentemente com os outros. Podemos aceitar que isso tenha acelerado uma nova consciência de comunidade, agora “nacional” – de maneira atrelada a outros fatores como as mudanças econômicas, a transformação do mundo em um mundo secular, o desenvolvimento da diversidade linguística, e outros que não podemos especificar ou atribuir ordem de importância.

Já com Thompson pudemos compreender que as novas formas de interação mediada e de quase-interação mediada mudam a percepção dos indivíduos em relação ao seu mundo social e a si próprios. Abrindo o acesso a conteúdos simbólicos que podem estar distantes no espaço e no tempo, a mídia oferece uma gama de novos sentidos que acabam por interferir na importância das formas simbólicas obtidas nos contextos de co-presença, dada a possibilidade de comparar e escolher o que melhor lhe serve. Isso interferiria também nas autoridades “locais”, cuja importância também seria amenizada. Assim, as tradições são transformadas no seu caráter normativo e legitimador das ações e escolhas. A construção do *eu* do indivíduo também é afetada, tornando-se mais aberta aos conteúdos simbólicos disponibilizados pela mídia e mais reflexiva.

Diante disso, as análises de Zygmunt Bauman indicam que em um mundo globalizado, as tarefas do Estado estão sendo cada vez mais distribuídas à iniciativa privada e ao capital multinacional. Isso implicaria no arrefecimento das necessidades de esforço patriótico. Com a diminuição do papel do Estado e as mudanças nas tradições, os indivíduos parecem estar cada vez mais “por conta própria” na construção das suas identidades. Isso não significa que não haja grupos de influência – as próprias “comunidades guarda-roupa” podem ser um exemplo de sua existência. Entretanto, aqueles parâmetros oficiais, sólidos, institucionais, como os das religiões, do ensino formal, das famílias, etc., parecem já não possuir a mesma força referencial. E aí, sim, podemos perceber o lugar da mídia que parece ser o de oferecer as novas referências para os indivíduos. Tais referências ainda podem estar ligadas a instituições daquele tipo, mas agora elas podem ser instituições que não dizem, necessariamente, mais respeito ao lugar local

da prática cotidiana. Podemos ter referências trazidas de locais e de tempos bastante diversos, construindo nosso eu a partir de escolhas “próprias”, ou a partir da bricolagem feita com os recursos disponibilizados pela mídia. “A tarefa de um construtor de identidade é, como diria Lévi-Strauss, a de um *bricoleur*, que constrói todo tipo de coisas com o material que tem à mão...” (BAUMAN, 2005, p. 55).

Pensando na mídia e sua relação com uma ideia de *nação*, vale ainda mencionar que alguns trabalhos de sociologia e comunicação têm ressaltado certa interferência dos meios de comunicação de massa nas democracias contemporâneas. Como argumenta César Steffen (2011), o *campo*³² midiático teria ascendido como uma instância maior de mediação, interação e visibilidade entre os outros *campos*, tornando-se um importante elemento de organização da esfera pública. Isso ampliaria a área de conflitos entre esses *campos* que, buscando a visibilidade oferecida pelos seus veículos, passam a preocupar-se com o “atravessamento” da mídia em suas relações, adaptando-se às suas lógicas linguísticas, técnicas e operacionais para inserir-se no seu espaço. Diminuindo a ênfase que o autor dá à mídia como o “principal ator nos processos democráticos”, podemos compreender que ela tem, sim, um papel importante, podendo interferir indiretamente na pauta e no agendamento político e, ainda, na opinião pública acerca da *nação*.

Queremos destacar que o caráter duplo das organizações midiáticas, econômico e simbólico, estabelece um lugar de produção de sentidos propostos marcado por vários interesses e visões de mundo – desde aqueles dos diretores e proprietários dos grupos até os dos câmeras, que, por exemplo, escolhem o melhor ângulo, a partir de critérios próprios e de orientações da equipe, para apresentar o cenário que filma. Considerando a capacidade de agência dos indivíduos envolvidos na produção e certas “microliberdades” cotidianas, além das fatalidades, dos acasos e de certos “rumos” que não podemos controlar, compreendemos que nem toda veiculação da mídia possui um caráter ideológico ou marca uma intenção de dominação de algum grupo. Muitos dos seus produtos, por exemplo, são o resultado da apropriação de discursos populares no intuito de obter audiência de acordo com certos temas “da moda”.

Entretanto, admitimos um potencial ideológico e de massificação da mídia, pelo caráter *assimétrico* do seu fluxo de comunicação, pelo *envolvimento de meios técnicos e institucionais (empresariais e industriais) de produção e difusão*, pela *mercantilização das formas simbólicas*, pela *dissociação estruturada entre os contextos de produção e de recepção*, pelo *prolongamento da disponibilidade dos produtos da mídia no tempo e no espaço*, e pela

³² Conceito de Pierre Bourdieu.

circulação pública das formas simbólicas mediadas (THOMPSON, 2008, p. 32-36). E é nisso que a forma de organização dessa atividade tem fundamental importância. A empresa midiática, inserida em um espaço econômico marcado pela concorrência, oferece um produto que visa a atender suas necessidades de informação e de sobrevivência econômica. Daí a importância de verificar que ideias acerca da nação brasileira ela pode construir e propor ao seu público. Este capítulo embasa a análise proposta neste trabalho, pois reúne os elementos da conformação de uma ideia de *nação* que podem ser elencados de maneira a possibilitar sua identificação no discurso midiático.

3 Metodologia

3.1 Escolha do objeto e recorte

No que se refere aos interesses da área de estudos organizacionais, podemos sugerir a pertinência do tema quando o aproximamos aos estudos de poder. No âmbito nacional, as relações entre burocracia, empresariado e ideologia são exploradas desde as investigações de Alberto Guerreiro Ramos, Maurício Tragtenberg e Fernando C. Prestes Motta. Especialmente nos interessam os trabalhos deste último sobre cultura organizacional. A despeito da corrente dominante que, segundo o autor, “parece vítima de análises abusivas”, propõe uma abordagem a partir de traços das culturas nacionais (MOTTA, 1995). Sua análise das organizações brasileiras revela os aspectos de nossa cultura que acabam por conformar nossa forma de atuação, não devendo ser desprezadas pelos administradores (MOTTA, 2000).

Mas certamente esta não é uma “via de mão única”. Qual seria, por exemplo, a influência (se podemos assim dizer, sem matizar) das organizações nas culturas? E uma empresa do tipo midiático, que papel teria na relação com o país e a nação onde atua? Neste sentido, podemos mencionar a tese de Márcio Silva Rodrigues (2013). Tomando como fonte a revista *Veja*, investiga como o discurso produzido e disseminado pela mídia a respeito da Educação Superior contribui para sustentar a empresa como instituição no Brasil.

Atendo-nos ao mesmo semanário da *Editora Abril*, por nossa vez, buscamos verificar de que maneira a mídia constitui uma ideia acerca da nação brasileira. Para tanto, apresentamos uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo-interpretativo. A escolha de *Veja* se justifica no fato de ela ser a revista mais vendida do país. Segundo a editora, em 2017, a revista possuía uma média de circulação superior a 1 milhão de exemplares por semana³³. O Instituto Verificador de Comunicação (IVC Brasil)³⁴ confirma a posição de *Veja* no *ranking* das revistas semanais. Mas é possível verificar que a superação da marca milionária é atingida somando-se os exemplares impressos e digitais³⁵. A média vem se mantendo em torno desse número, no mínimo, desde 2012³⁶. Em 2013, era a segunda revista semanal de informação no mundo e a única fora dos Estados Unidos (VEJA, edição nº 2324, 2013). Em 2008, mais de 80% da venda de *Veja* era feita por assinaturas (CORRÊA, 2015), o que nos sugere que o seu público seja, de

³³ SOBREIRO, 2017.

³⁴ RANKING..., S/D.

³⁵ JORNAIS..., 2017b.

³⁶ CIRCULAÇÃO, S/D; JORNAIS..., 2017a.

certa forma, “fiel”, estando bastante exposto ao seu conteúdo. Mesmo que aquisição não signifique leitura, necessariamente, podemos sugerir que o seu leitor é um potencial utilizador das formas simbólicas que ela publica; portanto, bastante suscetível à criação de sentidos a partir delas.

Quanto ao recorte temporal, o período escolhido está entre junho de 2013 e agosto de 2016. Trata-se de um momento de bastante agitação na vida política do país, o que parece ser uma boa ocasião para se perceber a atuação midiática. Lembremo-nos do emblemático “o gigante acordou”, muito utilizado nas manifestações ocorridas no período, reivindicando que o país se atentou para os seus problemas e protesta por mudanças. Neste ínterim, destacam-se cinco eventos específicos que merecem atenção: as manifestações conhecidas como *Jornadas de Junho* de 2013, a Copa do Mundo de Futebol de 2014, as eleições presidenciais de 2014, os Jogos Olímpicos de 2016 e o processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. Embora a Copa do Mundo e as Olimpíadas sejam eventos desportivos, a sua realização no Brasil foi alvo de críticas e protestos contra o governo em razão dos gastos públicos a eles destinados e em razão das dificuldades e atrasos de organização. Portanto, entendemos que dizem respeito às atividades políticas do período, além de evocarem certos sentimentos nacionais em razão da competição com outros países.

Os protestos brasileiros de 2013 tiveram notoriedade mundial. Tendo como estopim o aumento das passagens do transporte coletivo, novas reivindicações foram sendo agregadas: críticas contra a realização da Copa do Mundo no Brasil, críticas à corrupção, à precariedade da educação e da saúde no país etc. Tais episódios foram reportados inicialmente pela mídia nacional com ênfase nos atos de vandalismo e depredação do patrimônio público, mas depois se tratou de citá-los como um despertar da sociedade brasileira³⁷. Muitos trabalhos têm indicado as redes sociais como fator de articulação e de mobilização para tais eventos, apresentando-as como elemento inédito em meio às manifestações populares (RUEDIGER, MARTINS LUZ & GRASSI, 2014; SANTOS, NETO & PAIVA, 2014; FERREIRA, 2015). Mesmo que esses “movimentos” tenham arrefecido bastante rapidamente, marcaram de alguma forma a história

³⁷ Como exemplo, vejamos um caso. Em 24 de junho de 2013, o extinto programa televisivo argentino *Bajada de Línea*, transmitido pelo Canal 9, *El nueve* – de orientação política dita de esquerda, cujo objetivo principal era discutir o tratamento da informação política e social pelos meios de comunicação – trata sobre a “mudança de opinião” do comentarista Arnaldo Jabor, da Rede Globo de televisão (BAJADA DE LÍNEA, 2013). São mostradas duas edições do Jornal da Globo, transmitidas na mesma semana, a respeito das manifestações ocorridas no Brasil naquele mês. A primeira trata os manifestantes como “organização criminosas”, violentos e movidos por “uma imensa ignorância política” e um “rancor sem rumo”. Na segunda, o comentarista se retrata, dizendo que muitos criticaram erradamente, inclusive ele, e que, na verdade, as manifestações significaram um despertar dos jovens para a democracia e a república inoperante: “Se tudo correr bem, estamos vivendo um momento histórico, lindo e novo. Os jovens terão nos dado uma lição. Democracia já temos, agora temos que formar uma República” (ARNALDO JABOR..., 2013).

do país, sendo objeto de estudos que visam à sua compreensão quem sabe ainda durante bastante tempo – como indica André Singer (2013) ao mencionar Jean Paul Sartre sobre os *acontecimentos* de 1968 e ao propor a diminuição de certo peso de ordem *revolucionária* que teria sido colocado sobre *acontecimentos* de 2013.

O contexto atual tem sido interpretado como de polarização política, representada tanto por uma marcada divisão entre *esquerda* e *direita*, quanto por uma separação entre população e estruturas do Estado, como apontam Ruediger *et al.* (2014). Para os autores, a esfera pública interconectada tende, no cenário brasileiro, a intensificar o conflito nas relações entre a sociedade e o sistema político, tendo como uma das hipóteses o aumento do acesso à informação e ao conhecimento como fator que potencializa as insatisfações em relação à qualidade de vida, à representação política e à qualidade dos serviços públicos.

Outra interpretação de destaque é a de Marcos Nobre e seu conceito de “pemedebismo”. Trata-se de um princípio norteador e uma forma organizativa através de “um sistema de vetos, pelo qual cada fração que fosse suficientemente forte para chantagear as outras exercia seu poder de obstrução das iniciativas indesejáveis” (NOBRE, 2013, p. 305) no âmbito das negociações político-partidárias. Essa prática teria surgido a partir da atuação dos líderes do MDB (Movimento Democrático Brasileiro), desde a transição democrática até hoje, e consistiria em cinco procedimentos típicos: o *governismo* (estar sempre no governo, independente de qual a legenda de situação), *supremacia legislativa* (instrumento de ameaça e arma do sistema de vetos), *hierarquia da entrada de novos membros no condomínio* que comanda tal sistema, e *evitar debates públicos sempre que possível* (utilizando os bastidores para tratativas). Tais elementos formariam, segundo o autor, um *buraco negro* que absorve todos os partidos que se aproximam. Entre 1994 e 2002, em meio à polarização entre PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) e PT (Partido dos Trabalhadores) e a discussão sobre garantias sociais constitucionais e combate à inflação, o PSDB teria dirigido o *pemedebismo*. Desde 2002 até os dias atuais, tendo passado pela emergência da questão das desigualdades sociais, o PT teria sido o seu condutor, possibilitando o fim daquela polaridade e a “vitória retumbante do pemedebismo”.

A categoria de Nobre se mostra válida quando analisamos a crise que se desenhou no Brasil desde 2013, da qual podemos citar como decorrência o *impeachment* de Dilma Rousseff do PT e a ascensão à presidência por Michel Temer do, então, PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro). Além disso, as articulações descritas pelo autor podem ser conferidas também na tramitação das propostas de reformas enviadas pelo governo à Assembleia Legislativa. Assim como nas maneiras encontradas por alguns políticos para escapar, ao menos

momentaneamente, de investigações de operações da Polícia Federal como a “Lava-Jato”, por exemplo, através de nomeações que garantam foro privilegiado.

Esse contexto atribulado coloca em pauta vários questionamentos sobre “*o Brasil que queremos*”³⁸, sobre qual sua identidade, sobre qual futuro se deseja construir e alcançar nos âmbitos político, econômico e social. A questão nacional parece pautar sempre uma disputa ideológica³⁹, o que fica claramente exposto nessa polarização política mencionada. Daí o recorte estabelecido para a pesquisa mostrar-se como sugestivo no que diz respeito à identificação de uma ideia de *nação* proposta pela mídia.

O *corpus* textual é composto, então, por 26 edições da *Carta ao Leitor*, texto editorial que procede a apresentação das edições de *Veja*. Os textos foram divididos pelas temáticas relacionadas a cada um dos eventos mencionados, formando 5 grupos de *Cartas*. 4 edições do mês de junho de 2013 atribuídas ao evento *Jornadas de Junho* (de 05/06/2013, 12/06/2013, 19/06/2013 e 26/06/2013). 7 edições publicadas durante a realização da Copa do Mundo no Brasil, entre 12/06/2014 e 13/07/2014 (duas edições de 11/06/2014, uma ordinária e uma especial, 18/06/2014, 25/06/2014, 02/07/2014, 09/07/2014 e 16/07/2014). 5 publicadas no mês das eleições presidenciais de 2014 (01/10/2014, 08/10/2014, 15/10/2014, 22/10/2014 e 29/10/2014). 4 publicadas durante os Jogos Olímpicos no Brasil, no período de 05/08/2016 a 21/08/2016 (03/08/2016, 10/08/2016, 17/08/2016 e 24/08/2016). E 6 edições ligadas diretamente a datas importantes do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff: aceitação, pelo Presidente da Câmara dos Deputados da denúncia contra Dilma por crime de responsabilidade em 02/12/2015, votação do relatório da comissão especial que analisou a denúncia na Câmara em 17/04/2016, aceitação da abertura de processo no Senado e afastamento de Dilma da presidência em 12/05/2016, votação final no Senado e perda do mandato de presidente em 31/08/2016 (edições de 02/12/2015, 09/12/2015, 20/04/2016, 18/05/2016, 31/08/2016 e 07/09/2016).

Segundo John B. Thompson (2008), os meios de informação e de comunicação são recursos utilizados para o exercício do poder simbólico – ou seja, para intervir no curso dos acontecimentos, influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas. Nessas atividades de produção e transmissão, os indivíduos

³⁸ Referência à campanha promovida pela Rede Globo intitulada *O Brasil que eu quero*, incentivando seus telespectadores a enviarem vídeos para publicação na televisão, dizendo qual o país que querem para o futuro, considerando o momento de véspera de eleições presidenciais em 2018 (O BRASIL..., 2018). É como se o público fosse convidado para a construção daquela “nação que queremos”. Não é a Globo que o faz, ela é apenas o porta-voz das vontades do povo, o povo aqui sendo o seu telespectador. Trata-se de um bom artifício com ares de ausência de arbitrariedade.

³⁹ Conforme apresentado no capítulo sobre a ideia de nação.

empregam um meio técnico, um elemento material: como a voz, nas interações face a face, ou o telefone, em um tipo de interação mediada. O autor destaca quatro atributos desses meios técnicos: *fixação* da forma simbólica – diz respeito à preservação da informação em um meio com vários graus de durabilidade, para uso subsequente, *reprodução* – capacidade de multiplicação de cópias das formas simbólicas, *distanciamento espaço-temporal* – as informações são afastadas do seu contexto de produção para ser reimplantadas em novos contextos que podem estar em tempos e lugares diferentes, *exigência de habilidades, competências e formas de conhecimento* – exigidas pelos meios técnicos para a codificação e a decodificação da informação (THOMPSON, 2008, p. 24-30).

Para o autor, o meio impresso pode ter um grau relativamente alto de *fixação*, que pode variar na medida em que permitem alterar ou revisar uma mensagem fixada. Pelo uso do papel como suporte e considerando que, uma vez posta em circulação, não é mais possível modificá-la, a revista parece apresentar um elevado grau de preservação do conteúdo para uso subsequente. De maneira diferente das revistas, as novas mídias criadas a partir do advento do computador e da internet têm, talvez, o maior *potencial* de *fixação*, visto a sua capacidade de armazenamento virtual ser praticamente infinita. Porém, a maneira como se produz, circula e disponibiliza a informação é muito mais flexível nesses meios. Os portais de notícias – a forma mais comum de acessar a grande mídia na internet – são atualizados quase instantaneamente e as manchetes que antes estampavam a tela inicial agora já foram parar em um dos menus laterais. Isto sem mencionar a facilidade com que podem ser permanentemente excluídas da *web*, como se nunca tivessem existido. O que, para a imprensa, é impossível: não há como “deletar” um conteúdo publicado. Por outro lado, a maneira como o público faz circular as notícias, através das redes sociais, parece tocar o atributo em questão, além de demonstrar uma ampliação da sua *reprodução*. O que não dura muito na “capa” do site pode ser acessado durante um tempo maior através dos compartilhamentos entre usuários.

Dessa forma, a alta *fixação* da forma simbólica oferecida pelo veículo escolhido para análise nos parece uma condição importante para a análise da construção e proposição de sentidos. A revista *Veja* mescla o material impresso, seu produto principal, com o conteúdo digital. Não apenas em um site de notícias, mas mantendo o formato de revista no meio eletrônico. Trata-se, pois, da disponibilidade do seu acervo na internet⁴⁰, o que parece aumentar a sua capacidade de *fixação*. Além de tornar o conteúdo da revista física preservado em um meio virtual de maneira a expandir sua durabilidade, os outros atributos relacionados a este

⁴⁰ Após a realização da análise discursiva, em momento já próximo à conclusão do texto final, *Veja* restringiu o acesso ao acervo digital, até então gratuito, aos assinantes do seu formato digital.

meio parecem também potencializar a existência de suas informações. A revista demonstra adequação às exigências de habilidades e competências para a sua inserção no mundo digital, eleva a capacidade de multiplicação das formas simbólicas que faz circular e aumenta ainda mais o distanciamento espaço-temporal entre os contextos de produção e de recepção. Portanto, o acesso às fontes não se apresenta como um fator de dificuldade para a pesquisa.

3.1.1 A revista *Veja*

A revista objeto de análise é o maior expoente da Editora *Abril*, da família Civita. Iniciando atividades no final da década de 1940, a editora adotou de imediato uma agressiva política de lançamentos que a fez suplantar, rapidamente, os grandes concorrentes da época: Assis Chateaubriand, Roberto Marinho, Adolfo Bloch e Adolfo Aizen. Em 2007, a *Abril* publicava mais de cem revistas entre periódicos e edições especiais, tinha mais de 41% da venda de revistas (em bancas e em assinaturas) e quase 55% da verba publicitária dedicada às revistas. Obtendo um contrato de representação das revistas Disney para Argentina e Brasil, a editora lançou, inicialmente, revistas infantis e fotonovelas – o que rendeu resultados financeiros que lhe possibilitaram investir em novos segmentos ainda pouco explorados no país e explorar a venda de anúncios, conquistando o mercado brasileiro (CORRÊA, 2015, p. 207-210).

O lançamento da *Veja*, em 1968, foi um grande fracasso. Inaugurando uma versão nacional dos semanários de notícias norte-americanos, como a *Time* e a *Newsweek*, a revista possuía muitos textos informativos e poucas imagens/ilustrações. A novidade não foi muito bem recebida e as vendas caíram de 700 mil na primeira edição para 150 mil na quarta, até chegarem a marcas menores do que 30 mil (CORRÊA, 2015; HERNANDES, 2004)⁴¹. Além disso, três meses depois do seu lançamento, o presidente Costa e Silva editou o AI-5, fechando o Congresso Nacional. Assim, a revista foi censurada, em razão de uma capa sobre tortura.

Com um grande propósito inicial, o novo produto da editora foi bastante planejado e projetado com base em pesquisas de Roberto Civita e Mino Carta (seus primeiros editores) a respeito das “melhores práticas” de redações das principais semanais de informação dos Estados Unidos e da Europa. Além disso, foi montado um curso de jornalismo com o objetivo específico de escolher os melhores candidatos e prepará-los para a redação da nova revista. Também foi

⁴¹ Se isso foi um dos motivos que configuraram o seu fracasso inicial, hoje, já consolidada, a revista apresenta um formato totalmente inverso: muitas imagens e pouco texto. Por exemplo, a edição nº 2.508, de 14 de dezembro de 2016, possui 134 páginas (sem as capas) e 64 delas são somente de propagandas; além disso, quando não ocupam a página inteira, muitos dos anúncios tomam mais de 1/3 das páginas.

montado um departamento especial, o Departamento de Documentação da Abril, a fim de verificar as informações que os jornalistas escreviam em seus textos, checando sua veracidade e acuidade (CORRÊA, 2005, p. 218-220). A missão da revista foi explicitada na carta da primeira edição, assinada por Victor Civita (pai de Roberto Civita):

O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de *Veja* (CORRÊA, 2005, p. 219).

Podemos ver que já no seu início a revista possuía uma clara finalidade de “unificar” o país, ao menos como uma intenção jornalística (e empresarial). Apesar do fracasso inicial, a revista se reergueu por volta dos anos iniciais da década de 1970. A *Abril* montou um departamento dedicado especialmente à busca de assinaturas para a revista, desenvolvendo um sistema logístico e de *marketing* com o intuito de montar uma carteira de assinantes utilizando as técnicas do *marketing direto*. Tal iniciativa foi entendida como uma ameaça aos jornaleiros, que passaram a adotar maneiras de boicotar a revista. Foi necessária uma longa negociação de Roberto Civita com os representantes da classe, onde, como resultado, a editora se comprometeu a não vender assinaturas de nenhuma outra publicação da *Abril* durante dez anos para, em troca, poder vender as assinaturas da *Veja* (CORRÊA, 2015; HERNANDES, 2004).

A descrição dos anos iniciais já demonstra o grande envolvimento da *Abril* no novo produto. Com objetivos jornalísticos inovadores, a editora planejou o empreendimento; formou, capacitou e treinou a equipe inicial; criou um controle interno a fim de checar a veracidade dos fatos citados pelos seus jornalistas; criou um departamento específico para operacionalizar um sistema de obtenção de clientes via assinatura, empregando técnicas de logística e de *marketing*; além de, marcadamente, estar envolvida com outros grupos de interesse desde o seu início, enfrentando os concorrentes, o Estado, e certos grupos dentro do setor editorial. Eis o que compreende a política de lançamentos agressiva citada anteriormente.

Além disso, *Veja* ainda inovara com o caráter investigativo do seu jornalismo, cuja intensidade retornou com força após o fim do período ditatorial, com um foco bastante voltado a casos de corrupção nos governos brasileiros. Outra inovação foi a criação de um “*city magazine*” que seria dado semanalmente junto com a edição nacional, compreendendo uma revista sobre a cidade de São Paulo e outra sobre a do Rio de Janeiro (CORRÊA, 2015, p. 222-223).

Outra marca importante da editora *Abril*, não especificamente de *Veja*, foi a ideia de definir o leitor alvo – diferentemente dos jornais, para os quais o leitor era “todo mundo”. Victor Civita queria fazer revistas de relevância nacional, tanto mais “claras” quanto possível ao entendimento do leitor, e não dirigidas a grupos de determinadas regiões: além de maior potencial de venda, daria maior visibilidade aos seus anunciantes (*Veja* é a revista com o maior número de páginas publicitárias do país). Para tanto, a editora investia na especialização da editoração, buscando as melhores técnicas das grandes revistas internacionais (CORRÊA, 2015, p. 227-228).

O sítio do Grupo Abril na internet demonstra algumas posições do grupo e os seus objetivos atuais, expostos em sua missão, visão, valores e princípios (MISSÃO..., 2017). A missão do grupo é “contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país”. Sua visão é “ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação”. Seus valores compreendem “excelência, integridade, pioneirismo e valorização das pessoas”. E seus princípios seriam “competitividade, foco no cliente, rentabilidade e trabalho em equipe”. Quanto à revista *Veja*, o grupo lhe atribui a seguinte descrição: “Questionar e parar pra pensar nos ajuda a tomar decisões importantes na vida pessoal, familiar e profissional. VEJA reúne a melhor informação, analisa e discute assuntos relevantes do Brasil e do mundo, para você refletir e formar a própria opinião” (DESCRIÇÃO..., s/d).

No intuito de situar sua atuação, podemos distinguir, nas posições tomadas pelo Grupo Abril, certos aspectos que o aproximam de concepções político-econômicas neoliberais, tais como livre iniciativa, defesa das instituições democráticas, competitividade etc. A respeito da possível identificação de uma postura político-ideológica, podemos citar o trabalho de Caren Santos da Silveira (2003) sobre o discurso da revista *Veja* nos anos 1980. Consiste em uma análise dos discursos da revista estabelecidos em oposição aos governos do período de transição democrática, entre 1979 e 1988. Como resultado, a relação entre aspectos políticos, sociais e culturais parece ser utilizada, pela revista, para a construção de sentido em relação à ideia de necessidade de liberalização do país. No mesmo sentido, Rodrigues (2013) identifica um ideário liberal no padrão textual da revista, observando as transformações do seu discurso através do tempo, entre 1968 e 2010. A escassez, a ideia de progresso e a centralidade na economia formam, segundo o autor, uma espécie de base comum às abordagens de todos os assuntos presentes no *corpus* observado.

Se aceitarmos inicialmente a inferência de Silveira e Rodrigues, podemos pensar que há uma coerência entre a postura declarada das organizações Abril e o discurso promovido através da atividade jornalística da revista. É possível perceber também que o grupo parece manter a postura organizacional que possuía no início de suas atividades. Assim, se a linha político-ideológica da revista transpira concepções liberais, podemos questionar como certa ideia de *nação* pode ser percebida em suas publicações. Em um cenário mundial cada vez mais globalizado, parece compreensível que os protagonistas do capitalismo liberalizante se utilizem cada vez mais de elementos relativos à cultura, história e significado para transacionar globalmente, criando um “clima” local favorável às suas ações⁴².

3.2 As fases da pesquisa

A proposta metodológica é inspirada na *hermenêutica de profundidade (HP)* criada por John B. Thompson. Sua perspectiva coloca em evidência o objeto de análise como uma construção simbólica significativa que exige uma interpretação, devendo, pois, levar em consideração os aspectos característicos da comunicação de massa e da ideologia (conforme o indicado na apresentação do nosso referencial teórico). Ao enfatizar as relações entre significado e poder, a análise da ideologia segundo a sugestão metodológica de Thompson assume um caráter crítico distintivo (THOMPSON, 1995, p. 355-357).

A *HP* é constituída de três fases que procuram integrar sistematicamente tipos diferentes de análise, alertando sobre a importância de cada um e, ao mesmo tempo, os seus limites, procurando evitar a realização de uma análise internalista ou externalista reducionista (THOMPSON, 1995, p. 377; LOPES & VASCONCELLOS, 2010, p. 72). A primeira é a *análise sócio-histórica*. Seu objetivo é “reconstruir as condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas” (THOMPSON, 1995, p. 366). Essa fase consiste em: identificar e descrever as *situações espaço-temporais* específicas em que as formas simbólicas são produzidas e recebidas; analisar os *campos de interação*, como espaços de posições e conjunto de trajetórias, que, em conjunto, determinam algumas das relações entre

⁴² Essa reflexão pode se apoiar nas análises de David Harvey (2005), quando trata a globalização e a transformação da cultura em *commodities*. Ele entende que o capital simbólico coletivo é utilizado em razão do seu forte poder de atração em relação aos fluxos de capital. Mesmo que ele esteja tratando do uso do capital simbólico como base para as rendas monopolistas, podemos compreender como as questões locais ainda são importantes em um mundo globalizado. “[...] não se deve ver a globalização como uma unidade indiferenciada, mas sim como uma padronização geograficamente articulada das atividades e das relações capitalistas globais” (p. 230-231). Ora, é importante que o tratamento das identidades nacionais seja feito de maneira a valorizar o local a fim de legitimar suas ações como atores globais, mas não de forma tão enfática a ponto de prejudicar sua entrada nesse cenário.

as pessoas e algumas das oportunidades acessíveis a elas, a partir do emprego dos recursos disponíveis e das regras, esquemas e convenções do campo; analisar as *instituições sociais*, como conjuntos relativamente estáveis de regras e recursos, combinadas com as relações sociais estabelecidas por eles; analisar a *estrutura social*, ou seja, as assimetrias e diferenças relativamente estáveis que caracterizam as instituições sociais e os campos de interação. Esta fase ainda contemplaria a análise dos *meios técnicos de construção de mensagens e de transmissão*, que interferem diretamente nas características das formas simbólicas que produzem.

A tarefa da primeira fase do enfoque da *HP* é reconstruir as condições das formas simbólicas, examinar as regras e convenções, as relações sociais e instituições, e a distribuição de poder, recursos e oportunidades em virtude das quais esses contextos constroem campos diferenciados e socialmente estruturados (THOMPSON, 1995, p. 369).

Esta proposta metodológica da *HP* indica um caminho interessante de conexão entre contexto sócio-histórico e forma simbólica/discurso que ajudará a investigar de que maneira os conteúdos veiculados pelas produções midiáticas podem revelar uma construção de sentido proposto a respeito da nação brasileira. Através de um levantamento sócio-histórico da mídia, na primeira fase será averiguado como as relações de poder que envolvem as organizações de mídia se constituíram e se constituem no Brasil. Para isso, é preciso buscar como se formou o campo de atuação, como as suas ligações políticas o influenciaram, como se construíram as principais formas de gestão e organização das empresas, como a atividade profissional é exercida, como as suas ferramentas podem ter sido utilizadas de maneira ideológica e como instrumento de dominação etc.

A segunda etapa compreende uma *análise formal ou discursiva*. Esta fase pode ser realizada de várias maneiras, dependendo dos objetos e circunstâncias particulares de investigação. “Os métodos da análise discursiva procedem através da análise, eles quebram, dividem, desconstroem, procura desvelar os padrões e efeitos que constituem e que operam dentro de uma forma simbólica ou discursiva” (THOMPSON, 1995, p. 375). Como as formas simbólicas são construções complexas contextualizadas através das quais se expressa algo sobre alguma coisa, esta é uma fase indispensável, pois interessada primariamente com a sua organização interna, com suas características estruturais, seus padrões e relações. Segundo o autor, o tipo de análise desta fase se torna ilusório quando removido do referencial teórico da *HP* (que tem como temas ideologia, cultura e construção de sentidos, hermenêutica) e quando discutido isoladamente da análise sócio-histórica e da terceira fase (apresentada a seguir).

Nesta fase, empreenderemos uma análise discursiva mais alinhada à escola francesa. Isto significa um estudo que tome por base a linguística, mas que leve em consideração outras dimensões, analisando textos produzidos: “no quadro de instituições que restringem fortemente a enunciação; nos quais se cristalizam conflitos históricos, sociais, etc.; que delimitam um espaço próprio no exterior de um interdiscurso limitado” (MAINGUENAU, 1997, p. 12). Ou seja, não se busca uma análise psicologizante do discurso, mas uma observação da *ordem do discurso* através da qual o indivíduo (sujeito languageiro) é assujeitado⁴³. “Nesta perspectiva, não se trata de examinar um *corpus* como se tivesse sido produzido por um determinado sujeito, mas de considerar sua enunciação como o correlato de uma certa *posição* sócio-histórica na qual os enunciadores se revelam substituíveis” (MAINGUENAU, 1997, p. 13-14).

Seguindo a semiolinguística de Patrick Charaudeau (2005; 2012; 2015), analisaremos o *corpus* escolhido a fim de identificar o gênero discursivo, as características e a tipologia que melhor explicam os textos, além das estratégias particulares que neles se encontram e que apontam para projetos de fala individuais. A dimensão semiológica analisada, portanto, é a verbal, de onde podem se destacar três espaços para o estudo dos atos de linguagem: o espaço da locução (como o sujeito languageiro ocupa o espaço de fala, como legitima e/ou justifica sua “tomada de palavra”), o espaço da relação (como se posiciona em relação aos outros, quer sejam estes parceiros diretos do ato comunicativo ou os diversos destinatários visados) e o espaço da tematização-problematização (como ele organiza e problematiza sua enunciação, como se situa em relação à enunciação de sua proposição sobre o mundo).

Este passo nos permitirá observar de que maneira os conteúdos veiculados pela revista *Veja* são construídos. Nosso objetivo é o de averiguar como ela constrói e instrumentaliza uma ideia acerca da temática *nação brasileira*, e não o de defender que sua base discursiva é pautada exclusivamente neste ponto. Tal análise será realizada através da verificação dos seguintes elementos nos textos: *ideia acerca do passado do país, diagnóstico da realidade (política, econômica, social) brasileira, ideia acerca do futuro, ideia sobre quem é o brasileiro e comparação com o Outro*. Buscar-se-á identificar o possível uso daquelas estratégias linguísticas típicas de construção simbólica da ideologia sugeridas por Thompson (1995, p. 81)

⁴³ Trata-se, portanto, de uma análise segundo os preceitos de Michel Foucault acerca do que chama *prática discursiva*: “Não podemos confundi-la com a operação expressiva pela qual um indivíduo formula uma ideia, um desejo, uma imagem; nem com a atividade racional que pode ser colocada em obra [*mise en oeuvre*] em um sistema de inferência; nem com a ‘competência’ de um sujeito falante ao construir sentenças gramaticais; trata-se de um conjunto de regras históricas anônimas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram em um dado momento e, para uma dada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 2014, p. 169, tradução livre).

(e apresentadas no capítulo sobre poder simbólico) no intuito de perceber certo caráter ideológico acerca do tema em tela, discriminadas na tabela a seguir.

Modos gerais	Estratégias típicas de construção simbólica
<i>Legitimação</i>	Racionalização Universalização Narrativização
<i>Dissimulação</i>	Deslocamento Eufemização Tropo (sinédoque, metonímia, metáfora)
<i>Unificação</i>	Estandardização Simbolização da unidade
<i>Fragmentação</i>	Diferenciação Expurgo do outro
<i>Reificação</i>	Naturalização Eternalização Nominalização/passivização

Tabela 1. Modos de operação da ideologia (Fonte: THOMPSON, 1995, p. 81).

Apesar de a dimensão verbal ser o foco da análise, os textos serão relacionados à maneira como se percebe o atendimento a certas exigências da imprensa escrita definidas por Charaudeau (2015). A *visibilidade*, na organização dos elementos através da paginação e da titulação a fim de atender uma função tripla: *fática* (de tomada de contato com o leitor), *epifânica* (de anúncio da notícia) e *sinóptica* (de orientação ao percurso visual do leitor no espaço informativo impresso). A *legibilidade*, na busca pela exposição mais clara possível dos assuntos visando atingir o maior número possível de leitores. A *inteligibilidade*, na tentativa de sempre explicar o porquê e o como das notícias, manifestada em certos elementos de paginação, mas particularmente pelas formas textuais que se apresentam como comentários. E a *dramatização*, não tão claramente exposta como as outras, mas visível nas formas de escritura dos artigos e na titulação.

A terceira fase é chamada *interpretação/reinterpretação*. Esta fase é facilitada pelas anteriores, mas com elas não se confunde. A interpretação constrói sobre os resultados das fases anteriores. Trata-se de uma síntese através da construção criativa de possíveis significados. Esta etapa procura distanciar, de certa forma, a metodologia da *HP* das análises formais ou

discursivas que dizem não fazer nada além de uma *análise*, de uma reunião das formas simbólicas ou discursivas num conjunto de elementos e suas inter-relações⁴⁴. Para Thompson (1995, p. 375-377), essas tentativas podem representar um enfoque parcial ao estudo das formas simbólicas ou discursivas, visto que estas possuem um aspecto referencial, ou seja, são construções que representam algo, referem-se a algo. Portanto, tem-se a necessidade de uma explicação interpretativa do que está sendo dito ou representado, o que implica uma construção criativa de significado. Esta fase diz-se uma *reinterpretação*, pois busca interpretar um campo pré-interpretado pelos sujeitos que constituem o contexto sócio-histórico. O significado proposto por esta fase pode, portanto, divergir do significado construído previamente. E esta divergência torna o processo de reinterpretação um processo arriscado, cheio de conflito e aberto à discussão. Segundo o autor: “É esta possibilidade de um conflito de interpretações, uma divergência entre uma interpretação de superfície e uma de profundidade, entre pré-interpretação e reinterpretação, que cria o espaço metodológico para o que eu descreveria como *o potencial crítico da interpretação* [...]” (THOMPSON, 1995, p. 376).

A última fase da metodologia da *HP* consiste na fase mais representativa do seu referencial hermenêutico, onde se pode propor uma interpretação das formas simbólicas analisadas. Esta interpretação buscará relacionar a produção do conteúdo e o contexto sócio-histórico estudado, com o objetivo de observar a construção do sentido proposto e de sugerir um sentido compreendido a partir delas. Desta maneira, poderemos sugerir, por inferência e pela homologia entre o campo de produção e o campo social, como as organizações midiáticas oferecem uma ideia acerca da nação brasileira.

⁴⁴ Ideia que aproxima a proposta da *HP* da escola francesa de análise do discurso.

4 Atuação da mídia no Brasil: organizações, política e poder

Segundo John B. Thompson, a mídia está diretamente associada às transformações institucionais que ocasionaram o surgimento das sociedades modernas na Europa. Para além das mudanças já exploradas nos trabalhos clássicos de Karl Marx, Max Weber e outros, o autor quer analisar as transformações no domínio cultural. Pela dificuldade de demonstrar as mudanças culturais em relação ao que os historiadores franceses chamam de *mentalidades*⁴⁵, Thompson prefere focar os meios de produção e de circulação das formas simbólicas a fim de demonstrar essas transformações⁴⁶ (2008, p. 48-49).

Essas mudanças, que incluem o que chamáramos de ‘mediação da cultura’, tinham uma base cultural muito clara: o desenvolvimento das organizações da mídia que apareceram primeiramente na segunda metade do século XV e foram expandindo suas atividades a partir de então. Atentando para as atividades e produtos destas organizações, e examinando como eles foram recebidos e usados pelos indivíduos, teremos uma visão mais pertinente das transformações associadas ao nascimento das sociedades modernas (THOMPSON, 2008, p. 49).

Sendo uma descoberta dos portugueses, o Brasil constituiu-se sob forte influência europeia, com traços específicos em razão da miscigenação de etnias (indígena e africana) que lhe formou a base. O território brasileiro foi colonizado quando, no Velho Mundo, há meio século, Johann Gutenberg já havia desenvolvido as técnicas de impressão que transformariam a história das comunicações. Pensando nas principais transformações institucionais que levaram ao desenvolvimento das sociedades modernas, o Brasil foi um pouco diferente da Europa. Dentre outras coisas, podemos citar o fato de que aqui não houve um regime feudal⁴⁷ que tenha transitado até o estabelecimento do capitalismo. Em segundo lugar, aqui, a formação de um estado-nação demorou a ocorrer: enquanto a Europa vivia a crise do absolutismo monárquico, a terra do pau-brasil vivia a “independência” da metrópole sob a forma de um Império, coroando um filho da corte portuguesa.

⁴⁵ *Mentalités collectives*, o termo faz referência a valores e crenças, atitudes e orientações de uma época histórica. Ganhou relevo com o movimento da "escola dos *Annales*", na França, inicialmente com os fundadores da revista, Marc Bloch e Lucien Febvre. Trata-se de uma categoria explicativa sobre o modo de pensar de uma determinada sociedade ou época (BURKE, 2005).

⁴⁶ Assim como Thompson, Asa Briggs e Peter Burke alertam sobre a importância de analisarmos a mídia de forma contextualizada. Segundo os autores, é preciso entendê-la como um sistema (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 33), relacionando suas transformações ao meio com que se inter-relaciona. Partindo dessa observação, podemos evitar tratar dos seus meios como “agentes” ou “origem” das mudanças sociais. Seria melhor, assim, considerá-la como um catalisador dessas mudanças.

⁴⁷ Fenômeno particular que tem seu lugar no tempo e espaço específico, e que não pode ser confundido com qualquer regime onde haja concentração de terras.

Além disso, se considerarmos a análise de Thompson das transformações culturais por meio da mediação institucionalizada de conteúdos simbólicos, o Brasil desloca em um século a formação da imprensa nos moldes do que ocorreu no mundo europeu no século XVIII. Lá, a indústria e o comércio jornalístico se desenvolveram, principalmente, ao longo do século XVII e o seu alcance raramente ultrapassava as fronteiras europeias (THOMPSON, 2008; BRIGGS; BURKE, 2004). Os periódicos ajudaram a criar uma nova percepção de mundo para além dos ambientes imediatos dos indivíduos, com potencial para influenciar, de certa forma, as suas vidas (THOMPSON, 2008, p. 65). O início da nação brasileira foi concomitante com o estabelecimento da imprensa nacional. Portanto, desde que este lugar começou a pensar a sua identidade em termos de país ou *nação*⁴⁸, a mídia esteve envolvida.

Não é difícil perceber certas correspondências entre a natureza das mudanças nas imprensas europeia e brasileira. [...] Aproximações possíveis e que não devem surpreender, uma vez que o Brasil insere-se, desde o século XVI, no mundo ocidental e capitalista, mas que nem por isso reduz a nossa trajetória a uma mera reprodução [...]. Os modelos interpretativos, por mais instigantes que sejam, levantam questões e oferecem inspiração, mas não se constituem num conjunto de fórmulas padronizadas e aplicáveis a toda e qualquer circunstância (LUCA, 2015, p. 154).

Diante disso, parece importante incluir o tema mídia no contexto das organizações brasileiras. Fernando Prestes Motta (1979) sugere que o empresariado brasileiro envolveu-se, no decorrer de sua história, em tentativas de tornar-se hegemônico. Por ser uma classe bastante diversificada, a “burguesia” brasileira utilizou mecanismos políticos flexíveis e abertos de exercício de dominação. Característica que resultaria na articulação com grupos de orientações muito distintas, formando associações que permitiram, dada a alternância dos grupos que estiveram no comando do país, estabelecer-se como classe dominante – ainda que não dirigente. Portanto, observar as relações entre organizações, mídia e política auxilia a compreender de que forma a mídia brasileira ganha espaço e se desenvolve, especialmente em momentos específicos de alta intensidade da vida política nacional (MARTINS & LUCA, 2015).

Um levantamento desses momentos cruciais à mídia brasileira poderia ser dividido em três partes, como propõe o livro organizado por Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca, *História de imprensa no Brasil*, de 2008. Primeiro, os primórdios da imprensa, desde a circulação dos primeiros periódicos nacionais e a primeira editora brasileira, instaurados com a

⁴⁸ Ao longo do século XVIII, não existiam, na América do Sul, Estados nacionais unificados e territorialmente definidos. O professor Fábio Kühn explica que não havia a noção de *nacionalidade* no contexto colonial setentista e mesmo as demarcações de território do período colonial eram marcadas pelo que chama de *fronteira em movimento*, “com intensa circulação de homens e mercadorias, em um contexto demográfico heterogêneo e numa conjuntura de instabilidade política”- especialmente no que diz respeito ao espaço que viria a ser o Rio Grande do Sul (KÜHN, 2004, p. 26-27).

vinda da corte portuguesa, até o fim do Império. Depois, os “tempos eufóricos” da República, marcados pela ideia de ordem e progresso. E, por fim, o período desde a década de 1950 até os dias atuais, que pode ser pensado como regido pelo mercado e associado à “engrenagem” capitalista, e marcado pelo papel da imprensa como “quarto poder”⁴⁹, pelas revistas de consumo, pela imprensa alternativa e a redemocratização, e, mais recentemente, pela influência da comunicação online na imprensa. Com isso, poderemos pensar nas relações entre mídia, poder e identidade nacional, a fim de compreender a presença das organizações midiáticas no país.

4.1 Os primórdios da imprensa no Brasil

Antes mesmo da imprensa se estabelecer no país, periódicos europeus já circulavam no país desde o século XVII e haviam sido inventariadas mais de trezentas obras de autores brasileiros. Segundo Marco Morel (2015), isso, somado ao fato da população brasileira já ser de 1/3 de “pardos livres”⁵⁰ e a existência de associações políticas de diversas identidades⁵¹ evidenciam o caráter complexo do espaço onde se instalava a nova imprensa – em oposição às visões simplistas que pensam essa sociedade como balizada apenas por senhores, escravos e uma metrópole. Vemos, então, que a mídia já iniciava a sua presença, embora não possamos apreender os seus efeitos reais no momento.

Marcada inicialmente pela censura estabelecida pelos poderes do Estado e da Igreja, aos poucos essa imprensa foi desenvolvendo um espaço de formação de opinião pública. O autor nos conta que, sob influência das revoluções constitucionalistas liberais que ocorriam na

⁴⁹ A expressão “quarto poder” tomou notoriedade quando, em 1850, foi utilizada no título de um livro sobre a imprensa, publicado na Grã-Bretanha, de autoria do jornalista F. Knight Hunt. A partir de então, ela se tornou aceita e se espalhou por diversos países europeus, chegando aos EUA. Ela teria sido cunhada pelo historiador Macaulay, referindo-se à Galeria de Imprensa no Parlamento (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 197). Seu significado estaria relacionado ao papel da imprensa de servir de defensor dos direitos e interesses dos cidadãos contra os abusos do poder pelo parlamento, que ainda manteria resíduos dos conceitos medievais de “estado” ou “poder”. O jornalista brasileiro Paulo Henrique Amorim também lançou um livro utilizando a expressão, mas com um outro sentido, *O quarto poder – uma outra história* (2015) – ver notas 7 e 9.

⁵⁰ Sidney Chalhoub nos mostra que mesmo os escravos não devem ser pensados como uma massa apática, teriam existido muitos escravos que recorriam à justiça contra os seus senhores e cativos que viviam como homens livres, com eles confundidos, por exemplo. Os negros não teriam recebido a alforria como uma “dádiva”, mas teriam sido os protagonistas primeiros da luta pela liberdade (CHALHOUB, 1990).

⁵¹ José Murilo de Carvalho afirma que se trata de um exagero os relatos de alguns observadores contemporâneos à época colonial, ao período de independência e ao início da república sobre a inexistência de povo político e uma apatia total da população, ou ainda, sobre a presença de elementos da população politicamente ativos, mas que não se enquadravam no seu conceito de povo. Segundo ele, desde a independência o Rio de Janeiro indicava intensa participação popular nos acontecimentos políticos. Entretanto, é preciso considerar que, já na década de 1890, 80% da população era excluída do voto (dentre eles, analfabetos e mulheres) e que a participação eleitoral na capital (Rio de Janeiro) era a metade da média geral do país (CARVALHO, 1987, p. 66-90).

Espanha e em Portugal, a fim de evitar maiores problemas para a monarquia, D. João VI decretou a liberdade de imprensa na colônia em 1821. Assim, os panfletos e jornais se desenvolveram de forma que os seus redatores ficaram marcados como novos agentes políticos e culturais, sendo, muitas vezes difusores de ideias construtoras de um Estado nacional (com variadas e até antagônicas posições políticas). Os espaços de venda e circulação dos impressos se tornaram espaços urbanos significativos de leituras e congregação, expandindo o alcance dos escritos, visto a prática de leituras em voz alta e leituras coletivas os difundia, inclusive, entre os que não podiam ler. “Nesse sentido, a circulação do debate político ultrapassava o público estritamente leitor, embora sua produção impressa fosse monopolizada por um conjunto restrito de redatores homogêneos” (MOREL, 2015, p. 39).

Em *A construção da ordem* (2008), José Murilo de Carvalho analisa a política imperial brasileira argumentando que a adoção de uma ideia de independência, de solução monárquica, “e a construção de um governo civil estável foram em boa parte consequência do tipo de elite política existente à época, gerado pela política colonial portuguesa”, caracterizada pela homogeneidade ideológica e de treinamento, recrutada entre os setores sociais dominantes.

A homogeneidade ideológica e de treinamento é que iria reduzir os conflitos intra-elite e fornecer a concepção e a capacidade de implementar determinado modelo de dominação política. Essa homogeneidade era fornecida sobretudo pela socialização da elite, que será examinada por via da educação, da ocupação e da carreira política (CARVALHO, 2008, p. 21).

Tomando como modelo a obra *Mudança estrutural da esfera pública*, de Jürgen Habermas (2014), podemos comparar a análise acima com a da formação, na Europa, de uma esfera pública moderna, que o autor distingue das anteriores das cortes, da Idade Média e da Grécia Antiga. Tratava-se de um espaço de discussão localizado entre a autoridade pública ou o Estado e o domínio privado da sociedade civil e da família, com o objetivo de debater entre si questões relacionadas à vida privada, à administração pública e à regulação das atividades da sociedade civil.

[...] a esfera pública burguesa não visava à conquista direta do poder do Estado; antes, busca a racionalização do poder político, procurando estabelecer novas bases de legitimação para sua origem e seu exercício: o consentimento racional entre pessoas autônomas, livres e iguais (WERLE, 2014, p. 21).

Habermas atribuiu especial importância ao surgimento da imprensa periódica na formação dessa nova esfera pública. Os semanários morais e os jornais críticos surgidos produziram um novo fórum de debates no fim do século XVII e início do século XVIII. O autor mostrou que a lógica de discussão dos salões burgueses (de origem aristocrática) se estendia a

outras modalidades, formando novos espaços de socialização, como as casas de chá, os cafés, os clubes, os círculos de leitores e os *pubs*. Essas discussões tiveram um impacto, de maneira gradual, sobre a formação institucional dos estados modernos (a exemplo, como cita Habermas, da abertura do parlamento inglês ao escrutínio público).

Mas é importante não perder de vista que isso decorre da própria importância pública das questões vinculadas à produção e reprodução de uma economia capitalista de mercado. À medida que a economia capitalista foi se expandindo, tornou-se cada vez mais evidente que a reprodução material teria de ser orientada por alguma regulação que fosse além da mão invisível do mercado (WERLE, 2014, p. 26).

Como já vimos, Thompson apresenta alguns problemas históricos da explicação de Habermas⁵². Com isso, vê-se que a análise de Marco Morel sobre o Brasil considera certas peculiaridades locais que Habermas negligenciaria. Pois, mesmo face ao restrito grupo homogêneo de redatores à época do início da imprensa brasileira, Morel analisa o desenvolvimento da opinião pública considerando a diversidade de atores envolvidos e a amplitude e complexidade de alcance dos impressos, numa sociedade de minoria letrada.

Avançando no tempo, Ana Luiza Martins aponta novas tendências do mundo da imprensa surgidas com a restauração do poder centralizador e monárquico a partir da independência do Brasil e da constituição do Império, em 1840. De acordo com a autora, o debate político foi arrefecido, o número de jornais declinou e a imprensa se estabeleceu no formato empresarial, diversificando os conteúdos veiculados. A censura foi restaurada e os jornais tinham grande papel nas comunicações oficiais do governo, interligando poder central e províncias, meio urbano e rural, além de serem marcados por uma política atrelada a partidos e grupos familiares condicionados aos seus interesses econômicos e intelectuais. O estabelecimento das empresas acrescentou às publicações uma função imprescindível: a veiculação de anúncios, refletindo, segundo a autora, a sociedade mercantil que se ampliava. “As assinaturas sustentavam parte das publicações, mas o aporte de capitais era fundamental para a manutenção do impresso, alimentando uma imprensa política desde então comprometida com seus financiadores” (MARTINS, 2015, p. 57). As revistas teriam possuído lugar expressivo, permitindo a assimilação imediata e adequando os impressos ao consumo das pessoas que não possuíam a tradição da leitura⁵³. Além disso, também no intuito de ampliar as vendas, começaram a aparecer temáticas femininas e folhetins nos periódicos.

⁵² Ver página 45.

⁵³ Talvez fosse melhor considerarmos isso em termos hipotéticos. De que maneira poderíamos medir esse efeito?

Todavia, o cenário mudou no último quartel do século XIX, marcado pelo acirramento político centrado nas crises entre Igreja e Estado, pela insatisfação dos militares com o Império e pela campanha da abolição. A imprensa ganha força e liberdade novamente. Com os ideais republicanos em voga, ela tornou-se o instrumento preferencial desse embate. A causa abolicionista foi fortemente levada à imprensa e andava em paralelo ao movimento republicano, visto que os seus partidários não endossavam a abolição, pois muitos deles eram donos de escravos e essa era a base da força de trabalho que movia a economia do país. A abolição e a proclamação da república teriam sido, em grande parte, tributárias⁵⁴ da imprensa da época. “Como diferencial do período – em que o anonimato também foi uma constante – sublinha-se a ampla liberdade de expressão, propulsora daquela rica produção, dos credos diversos e ensaios múltiplos, em busca do ideal maior: a construção da nação” (MARTINS, 2015, p. 79).

Nesse contexto, segundo Fernando Prestes Motta, surgem os “bisavós do empresário moderno” brasileiro (1979, p. 36-37). O desenvolvimento de uma rede mercantil interna fez com que se destacassem as figuras do agente artesanal e do negociante de produção. E é essa burguesia incipiente que encabeçará o movimento republicano. Segundo o autor, a trajetória inicial da burguesia “é marcada por condições ambíguas e vacilantes, por objetivos egoísticos, difusos, muito mais do que por qualquer modo direto de organização e imposição de interesses” (MOTTA, 1979, p. 38). Com isso, Prestes Motta se referia às razões que levantaram os confrontos oligárquicos e o combate à escravidão. Apoiado no trabalho do sociólogo Florestan Fernandes, o autor aponta que o interesse nesse confronto representava, na verdade, o combate à anomalia que tais condições sociais representavam diante de uma sociedade que tentava se organizar como nação civilizada e que procurava expandir, de toda forma, a economia de mercado. Vê-se, assim, a importância da mídia como veículo desse embate, a sua ligação inicial com o que o autor identifica como um projeto burguês e o envolvimento de ambas com tentativas de ação sobre o Estado.

Observando o contexto mais amplo, podemos entender as mudanças que seguiriam no Brasil entre o final do século XIX e início do século XX. A “revolução das comunicações” foi, ao longo desse período, parte, e ao mesmo tempo precedida, de um processo maior. Ela está inserida em um *continuum* de industrialização, ao longo do qual novas habilidades humanas foram adquiridas, novas formas de energia inanimada desenvolvidas (vapor, elétrica, solar, nuclear...), novos materiais surgiram graças ao avanço da química e das ciências dos materiais

⁵⁴ O contrário parece ter mais validade. A imprensa talvez seja tributária dos acontecimentos e fenômenos sociais de sua época. Seria melhor considerar que a imprensa nacional sempre esteve envolvida nesses eventos, como uma presença importante. Diminuiria o peso atribuído a ela, visto a quantidade de fatores que resultaram neles.

(BRIGGS; BURKE, 2004, p. 111-113). Assim, no século XIX, a introdução do vapor na impressão, com o cilindro rotativo de Koenig, aumentou a produção de jornais e de outros materiais impressos, e diminuiu o uso da mão-de-obra. A partir daí, com a expansão do comércio – favorecida pela diminuição das taxas de analfabetismo, as bases de financiamento começaram a mudar. A propaganda passou a ter papel importante nas finanças da indústria, tornando-se, para os anunciantes, um meio vital para a venda de bens e serviços (THOMPSON, 2008).

Para entendermos o que se desenrola a partir da Primeira República, é preciso que entendamos algumas questões de ordem técnica e tecnológica. A Revolução Industrial marcou o século XIX com várias descobertas técnicas e tecnológicas que foram logo associadas à ideia de progresso e exaltadas pela mídia como tal. Além das ferrovias e da navegação, foram desenvolvidos diversos novos dispositivos de comunicação que prepararam o caminho até o transistor – que possibilitariam a “revolução” das tecnologias de informação e comunicação no século XX. Eis algumas das invenções do período entre o final do XIX e metade do XX: o telégrafo, o telefone, o rádio, o cinema e a televisão, e o gramofone.

A “era da radiodifusão” ou a “idade da televisão” e a “idade do cinema” [...] se sobrepuseram. A imprensa, como um “quarto poder”, não deu seu nome a uma idade, mas deu publicidade a outros rótulos, e até os arquitetou. [...] Em nenhuma das idades, mesmo naquelas que receberam a alcunha “de ouro” – pelo menos em retrospecto –, nenhum meio eliminou o outro. O velho e o novo coexistiram. A imprensa permaneceu uma força poderosa na década de 1960 e, em alguns aspectos, cresceu de importância depois daquela data. A televisão, às vezes chamada de “quinto poder” [...], não suplantou o rádio [...]. No entanto, à medida que os avanços tecnológicos se aceleravam cada vez mais (com períodos de calmaria), as antigas tecnologias eram desafiadas, e, acima de tudo, sua estrutura institucional precisava ser repensada (BRIGGS; BURKE, 2004, p. 267).

Houve diferentes desdobramentos em cada um desses ramos, o que se pode destacar é que os séculos do advento dos instrumentos de mídia foram marcados pela criação de novas organizações, que rapidamente se tornaram instituições e influenciaram, inclusive, em setores econômicos que não estavam diretamente ligados a ela. A introdução da administração científica nas indústrias, no início do século XX, teve grande importância para o desenvolvimento do que se chama uma *sociedade de consumo*. Segundo Briggs e Burke (2004, p. 187), “há ligações e superposições econômicas, sociais e tecnológicas reconhecidas pelos indivíduos de cada época”, assim como novos significados foram dados às questões relacionadas à informação, educação e entretenimento, sendo tocadas pela influência desses novos dispositivos.

No que tange às novas organizações, as editoras e os jornais se tornaram, então, grandes empreendimentos comerciais, cedendo vez, gradualmente, para o desenvolvimento de organizações multimídia e multinacionais de grande porte. Cada vez mais poucas organizações iam tomando o comando das maiores porções dos mercados, concentrando recursos em vários setores da indústria. Muitas organizações menores tentaram resistir, fazendo parcerias e fundindo-se. Mesmo assim, diante da força da concentração dos recursos, pode-se ver a coexistência de grandes corporações com organizações menores, que muitas vezes prestam serviços àquelas. Surgiram, então, grandes conglomerados de comunicação, cuja diversificação em escala global permitiu o enfrentamento das restrições nacionais no que tange os direitos de propriedade e a obtenção de subsídios.

[...] os maiores conglomerados da comunicação – tais como Time Warner, grupo Bertelsmann, News Corporation de Rupert Murdoch, Fininvest de Silvio Berlusconi – se tornaram jogadores-chave nas indústrias da mídia. Estas grandes concentrações de poder econômico e simbólico forneceram as bases institucionais para a produção de informação e conteúdo simbólico e sua circulação em escala global (THOMPSON, 2008, p. 74-75)⁵⁵.

A fim de especificar o que significa a organização das atividades de mídia nesse novo formato e como ela afeta a organização social do poder simbólico, Thompson (2008, p. 137-143) destaca os propulsores da globalização da comunicação: (1) o desenvolvimento dos sistemas de telégrafo, (2) o estabelecimento de agências internacionais de notícias e (3) a exploração de tecnologias de transmissão de mensagens por ondas eletromagnéticas através do mundo.

Diante do exposto, vale observar que é marcante o fato de a mídia brasileira passar a existir concomitantemente às discussões acerca do melhor tipo de governo, das ideias acerca de independência e de ideais republicanos. Também é mister retermos que essas questões foram encabeçadas, em grande parte, pelos “bisavós do empresariado nacional” (além da participação de intelectuais), e foram levadas à imprensa por meio do aporte de recursos por parte de grupos interessados (comprometendo, desde então, a mídia com os seus financiadores).

⁵⁵ Para termos uma ideia, esses conglomerados, embora tenham perdido espaço para novos grupos que surgiram com o desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação, continuam aparecendo entre as maiores companhias de mídia do mundo. Em 2016, a agência francesa ZenithOptimedia publicou, como faz desde 2007, o ranking mundial das trinta maiores organizações de mídia em termos de arrecadação. Entre os cinco primeiros colocados figuram Alphabet (do Google) em 1º lugar, em 2º, The Walt Disney Company, em 3º, Comcast, em 4º, 21st Century Fox e, em 5º, Facebook. A Time Warner aparece em 16º lugar, a News Corporation em 10º, a Fininvest, ou Mediaset, aparece em 23º, e a brasileira Grupo Globo em 14º (DIGITAL GIANTS, 2016).

4.2 Primeira República e imprensa: “tempos eufóricos”

O segundo período da história da imprensa nacional inicia com a Primeira República (1889-1930), quando, no lastro das ideias progressistas, obtiveram-se muitos avanços tecnológicos e os interesses e conteúdos publicados se tornaram mais diversos. Segundo Maria de Lourdes Eleutério (2015, p. 83), “a imprensa tornava-se grande empresa, otimizada pela conjuntura favorável, que encontrou no periodismo o ensaio ideal para novas relações de mercado no setor”. O sustentáculo dessa grande empresa se erguia no seguinte tripé: evolução técnica, investimento na alfabetização⁵⁶ e incentivos à aquisição e/ou produção de papel. Foram “aliados”, ainda, o telefone e o telégrafo – possibilitando maior circulação de notícias nos âmbitos nacional e internacional –, e a formação de leitores, propiciada pela alfabetização⁵⁷. Por outro lado, ela fora marcada pela censura, decretada e mantida pelos governos (militares ou civis), e pelo seu uso a serviço e à propaganda dos governos e dos seus interesses de classe (da elite agrária de São Paulo e Minas Gerais).

As demais propagandas e publicidades veiculadas ampliaram a importância dos meios de comunicação e potencializaram o consumo de toda ordem. Surgiram as primeiras agências de publicidade e os primeiros estudos sobre padrões de consumo, destinados a atender essa nova “tarefa” rentável. O repórter e os letrados passaram a figurar como profissionais destacados. Diante da complexificação do setor, da necessidade de profissionalização e das adversidades impostas pelo novo regime, surgiu, em 1908, a Associação da Imprensa (que mais tarde viria a ser Associação Brasileira de Imprensa). No entanto, somente em 1926 ela só conseguiu se firmar como amparo às classes profissionais, defensora da liberdade de imprensa e da democracia.

Outro aspecto importante é o aparecimento, no Rio de Janeiro, de um novo gênero literário ligado à percepção da cidade em transformação como um triunfo da burguesia, o que ia ao encontro dos interesses da nascente imprensa empresarial, que o publicava e ilustrava com elegância e riqueza gráfica. Enquanto isso, no cenário paulista, a produção era marcada pela revisão da produção cultural e pelos questionamentos acerca da identidade e da autonomia nacionais. Surgia uma imprensa alternativa que discutia os rumos da consciência nacional e que propunha rupturas. Oswald de Andrade foi uma figura de grande atuação na busca e defesa de

⁵⁶ Embora o censo de 1890 tenha apresentado o maior nível de alfabetização até então, ela ainda alcançava apenas 50% da população total (CARVALHO, 1987, p. 84).

⁵⁷ É preciso considerar a informação do rodapé anterior a fim de evitarmos uma impressão de grandeza maior do que pode ter sido. Ainda seria preciso considerar que mesmo que haja uma difusão da venda de impressos, isso não significa, necessariamente, que livros comprados são livros lidos.

uma identidade nacional. Tocada por essas ideias dos intelectuais, a imprensa alternativa passou a abordar temas até então marginalizados pela grande imprensa.

Falava-se do negro, do índio, das relações de subserviência à cultura europeia, com recorrente crítica à visão da consagrada historiografia do país [...]. [...] estavam postos tempos modernos nas páginas impressas de veículos que se renovavam, sinalizando e imprimindo uma nova mentalidade. Esta se expressou não apenas em periódicos consumidos por uma elite letrada, mas se manifestou na rica segmentação que pautou aquele cotidiano, presidido por etnias diversas, novas ideologias, outras práticas culturais. Foram esses impressos, voltados para os mercados emergentes do país, que demandaram o surgimento de títulos alinhados às redimensões da economia nacional e a um jornalismo cada vez mais empresarial, modelador de outra dinâmica da imprensa (ELEUTÉRIO, 2015, p. 100-101).

Essas alterações na conjuntura nacional são identificadas por Prestes Motta como uma “chegada subdesenvolvida da ‘Revolução Industrial’” (MOTTA, 1979, p. 69). Segundo o autor, o mercado interno cresce e aparece uma massa popular urbana. É nesse contexto que surge, paulatinamente, a consciência do atraso nacional e começa a ser posta em cheque a legitimidade do poder vigente. Em razão disso, a partir daí, as categorias *desenvolvimento* e *desenvolvimentismo* passam a ser aplicadas nos discursos políticos.

O final da Primeira República foi marcado por uma diversidade de periódicos situacionistas e oposicionistas. E, não raro, as mudanças nas equipes editoriais ocasionavam mudanças drásticas na opinião dos jornais. O movimento oposicionista, a Aliança Liberal (AL), entretanto, ganhou forte apoio da imprensa, o que pode ser indicado como índice do desgaste do regime vigente. Nesse contexto, pode-se destacar o forte apoio que a AL teve dos jornais de Assis Chateaubriand, que viria a ser o dono do maior império de comunicação do país. “Aliás, a defesa apaixonada da participação do capital estrangeiro na economia brasileira e de empresas como a Light foi uma das marcas distintivas dos *Diários Associados*, que, por sua vez, sempre contaram com generosos auxílios financeiros pelos serviços prestados” (LUCA, 2015, p. 161). Apesar do envolvimento e apoio, Chateaubriand foi um dos muitos que acabaram presos perseguidos pelo cerceamento da liberdade que se instaurou com o governo de Getúlio Vargas. Os momentos iniciais foram bastante instáveis e o governo foi sempre marcado pelas disputas de poder que também envolviam as empresas jornalísticas, sejam elas apoiadoras ou não. Já no Estado Novo, o investimento para difundir uma imagem positiva do governo culminou na subordinação dos meios de comunicação de massa ao executivo. Com o artigo 122 da Constituição de 1937, a imprensa passa a ser considerada um serviço de utilidade pública e é obrigada a publicar comunicados do governo – que passou a fazer uma censura prévia das

publicações e utilizou a isenção nas taxas de importação do papel como meio de coerção. Ainda que houvesse oposição, as medidas do governo foram, de certa maneira, bem sucedidas.

De acordo com Fernando Prestes Motta, o papel da burguesia nacional, em tal período, teria sido o de participar da discussão e encaminhamento das principais questões da política econômica, ajudando a definir um projeto de industrialização do país e certa consciência do esgotamento do modelo anterior. Entretanto, isso não representaria um projeto burguês de nação, visto que não houve uma ideologia destinada a comandar os rumos do Brasil. O período favorável ao surgimento de um ideal nacional burguês teria vindo com o pós-guerra e a crescente industrialização do país. As forças civis e militares com interesses na democracia representativa e na redução do intervencionismo estatal depõem Getúlio Vargas. Havia um clima liberalizante. “Em virtude desse compromisso ideológico e em nome da nação antiditatorial e anti-intervencionista, a política econômica dos anos 46-50 serviu, principalmente, aos interesses mais imediatos da empresa privada, nacional e estrangeira” (MOTTA, 1979, p. 73). Já o segundo governo Vargas, teria sido marcado por uma outra orientação. De acordo com Prestes Motta, a imprensa da época relatava que setores da grande burguesia industrial, classe média e proletariado se associavam na defesa de uma política econômica nacionalista e de desenvolvimento. Eis os indícios do que Luiz Carlos A. Bresser-Pereira (2015) chama de o caráter contraditório, associacionista e conjuntural da burguesia brasileira, que estabelece relações alternantes conforme a orientação política dominante em cada ocasião.

Ana Maria de Abreu Laurenza (2015) chama a atenção para três figuras importantes desse momento, que marcaram época na história brasileira com questões que envolvem imprensa, empresas de mídia e política. Dentre as figuras em destaque, está Assis Chateaubriand. Ele foi fundador da primeira emissora de TV da América Latina, a TV Tupi, e criador do Museu de Arte de São Paulo (MASP). Chatô, como ficou conhecido, utilizava de chantagens para conseguir que as empresas fizessem anúncios publicitários em seus jornais e também recebia dinheiro de políticos para a publicação de matérias favoráveis à sua imagem. Esteve envolvido com a campanha do segundo governo de Vargas, ganhando, em troca, uma vaga no Senado e cargos públicos que poderia usar como moeda (LAURENZA, 2015, p. 183-185). Também foi nomeado embaixador do Brasil no Reino Unido no governo de Juscelino Kubitschek, de quem era “credor”. E antes de morrer, deixando seus negócios com muitas dívidas fiscais e previdenciárias, em 1968, ainda teria ajudado na candidatura do general Costa e Silva (entre os militares).

A entrada da televisão no Brasil formaria uma indústria de caráter fundamentalmente comercial e nos moldes norte-americanos⁵⁸, conforme conta o jornalista Paulo Henrique Amorim (2015). Segundo ele, a televisão brasileira surgiu como um desenvolvimento tecnológico do rádio e seguiu o seu modelo comercial de negócios. Teria sido Vargas o responsável inicial. Considerando que o Brasil não teria dinheiro para montar e operar um sistema público ou estatal (como era na Europa à época), o presidente assinou um decreto permitindo a publicidade nas transmissões de rádio brasileiras. Além disso, o contexto econômico global do período era o da supremacia estadunidense pós Primeira Guerra, com um novo padrão de relações comerciais. Como os EUA prezavam constitucionalmente pela liberdade de expressão, o seu modelo de mídia não permitia o controle do tipo estatal ou público. A influência do país no Brasil teria refletido no profissionalismo do rádio como forma de ganhar dinheiro (AMORIM, 2015, p. 25-26).

Durante a Segunda Guerra Mundial, o governo norte-americano criou um Escritório Interamericano, com a finalidade de, segundo Amorim, consolidar a sua hegemonia e obter apoio da América Latina à guerra. Dirigido por Nelson Rockefeller (neto do fundador da Standard Oil, atual Exxon e Esso, protagonista da exploração de petróleo nos EUA), as obras do escritório podem ser exemplificadas na ascensão de Carmen Miranda, na criação do personagem de quadrinhos Zé Carioca (da Disney), a introdução da Coca-Cola no país e a criação de algumas agências norte-americanas de publicidade. Essas agências teriam desenvolvido o rádio brasileiro através da compra de espaço publicitário⁵⁹. Outro exemplo seria o da criação do programa Repórter Esso, que inaugurou um novo modelo jornalístico (estadunidense), com notícias compactas, ágeis, em que o mais importante é lançado logo no início da informação⁶⁰. Entre os vários apresentadores que passaram por ele, muitos passaram para a sua versão televisiva, na TV Tupi de Chateaubriand.

Além de Chateaubriand, Laurenza fala de Samuel Wainer e Carlos Lacerda, ex-colegas de trabalho nos *Diários Associados* que marcaram o segundo governo de Vargas, em um conflito jornalístico entre situação e oposição, respectivamente. Carlos Lacerda, ameaçando revelar empréstimos não cumpridos de Assis Chateaubriand e Roberto Marinho com o Banco do Brasil, ganhou espaço junto à TV Tupi e à Rádio Globo, onde se empenhou numa campanha

⁵⁸ Segundo Noam Chomsky, os EUA foram pioneiros nas atividades de relações públicas na década de 1920, desenvolvendo-se de forma a criar uma subordinação quase absoluta da população ao poder do mundo dos negócios, com o compromisso de controlar a mente da população. Para o linguista e ativista, o mundo dos negócios controla a mídia, dispondo de vários recursos que são utilizados para cultivar valores apropriados, como harmonia e americanismo (CHOMSKY, 2013).

⁵⁹ AMORIM, 2015, p. 30-31.

⁶⁰ *Ibidem*: p. 32.

que pretendia ligar Samuel Wainer ao governo Vargas e a algumas irregularidades nessa relação. “A *Tribuna* [jornal de Lacerda] em 23 de agosto [de 1954] pediu a renúncia de Vargas, anunciando uma crise militar. Na primeira página da *UH* [Última Hora, jornal de Wainer], Getúlio respondeu no mesmo dia ‘Só morto sairei do Catete’. Getúlio não chegou a cumprir os compromissos do dia 24 de agosto” (LAURENZA, 2015, p. 199), data em que foi anunciada a morte do presidente e publicada sua Carta Testemunho no jornal UH. Carlos Lacerda virou deputado federal, apoiou o golpe militar em 1964, tentou restabelecer as eleições diretas em articulação com JK e João Goulart entre 1965 e 1968, quando foi preso após o decreto do AI-5.

Com o que vimos até aqui, podemos apreender que o período entre a Primeira República e a década de 1950 é marcado pela emergência da empresa midiática e pelo aumento das suas articulações com a vida política organizacional. É preciso enfatizar que este é um período marcado por uma importante disputa ideológica, no sentido de questionar e compreender quem somos enquanto brasileiros. E se essa não é uma discussão que nasce da mídia, como veremos no próximo capítulo, é este o contexto de efervescência intelectual acerca da identidade nacional em que ela se solidifica enquanto organização moderna.

4.3 De 1950 em diante

Após o suicídio de Vargas, ocorre uma grande transformação no sistema econômico brasileiro, devido ao estreitamento da relação entre economia e Estado. Este passa a ter o papel de acelerador do desenvolvimento, impulsionando a industrialização e impulsionando o setor privado (nacional e estrangeiro). Segundo Motta (1979, p. 75), o “Programa de Metas” tem como pressuposto a integração da economia brasileira no sistema capitalista através da industrialização e do desenvolvimento integrado, com grande ênfase na entrada de capital estrangeiro dirigido aos setores mais dinâmicos. Estendendo-se do período anterior, o nacionalismo populista marcaria o governo de JK e atingiria o seu auge. Essa seria, então, uma “subideologia do industrialismo”, conforme Bresser-Pereira (*apud* MOTTA, 1979, p. 75). O plano rendeu o crescimento do PIB entre 1957 e 1961, mas, em contrapartida, acarretou muitos desequilíbrios econômicos, como a inflação, desestímulo à poupança, prejudicando investimentos e ocasionando muitas tensões sociais e dificuldades à população. Com a dificuldade de resolver as contradições herdadas de JK pelos governos seguintes, a burguesia nacional novamente procura um “novo lado” e, associando-se com os setores militares, acaba por depor João Goulart.

O jornalista Paulo Henrique Amorim (2015) denuncia o papel ignóbil da imprensa brasileira⁶¹ e o papel da televisão nacional no golpe militar de 1964. Roberto Marinho teria participado de um conluio entre a Rede Globo, os militares e os americanos que derrubara o presidente João Goulart e instaurara a ditadura. Haveria um documento assinado por Lincoln Gordon, embaixador dos EUA, que relata o apoio de Marinho à manutenção de Castelo Branco como presidente a fim de dar continuidade às políticas governamentais e evitar o retrocesso⁶². Marinho teria se beneficiado conseguindo criar sua emissora de TV, em 1965, em sociedade com os conglomerados de mídia norte-americanos, donos das revistas Time e Life, ferindo a Constituição Federal de 1946, que proibia a participação de capital estrangeiro em empresas de comunicação nacionais.

O período da ditadura militar foi concomitante, no cenário mundial, com avanços tecnológicos que influenciaram sobremaneira a globalização. De acordo com Asa Briggs e Peter Burke (2004), os computadores logo deixaram de ser considerados máquinas de calcular e passaram a influenciar a forma de prestação de todos os serviços, não só os de comunicações. Os primeiros computadores desse tipo foram projetados na Europa e nos EUA, motivados por interesses militares e no contexto da Guerra Fria. Embora o Japão tenha tido participação importante no desenvolvimento das comunicações, foi nos EUA que a tarefa de torná-los mais baratos e menores foi explorada – o que possibilitaria a expansão do seu uso para outros fins. As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas pelo aparecimento dos minicomputadores e pela competitividade entre algumas empresas na corrida tecnológica – dentre elas, Apple, Microsoft e IBM, que ainda disputam mercado. A década de 1980 foi a da evolução dos softwares, entendidos como a chave para aumentar o uso dos computadores. E a década de 1990 foi marcada pelo investimento pesado na Internet, marcando uma *convergência*⁶³ entre computação

⁶¹ O autor cunha a expressão “PiG – Partido da imprensa Golpista”. “Partido da Imprensa” viria de uma expressão utilizada pelo deputado Fernando Ferro, em 2007, para denunciar na Câmara o diretor de jornalismo da Globo, Ali Kamel, que acusara Lula de “fomentar o catecismo marxista” na educação pública através de livros como “Nova História Crítica”, que, na verdade, não teriam sido adotados no seu governos, mas no de FHC. O termo “golpista” teria sido sugerido por um dos leitores do seu blog, *Conversa Afiada*, e acrescentaria o tom de deboche por formar a palavra *pig* (em inglês, porco). O “i” minúsculo faria referência a um caso de “limpeza ideológica” no portal iG que teria censurado o seu trabalho (AMORIM, 2015).

⁶² O documentário *Muito além do cidadão Kane*, de 1993, do diretor Simon Hartog, foi exibido em uma emissora pública britânica e mostra as relações entre a mídia e o poder no Brasil, tendo como “personagem” principal Roberto Marinho. O filme mostra, na forma de relatos e depoimentos, esse caso de envolvimento da Rede Globo com o golpe militar e várias situações de envolvimento de caráter legal duvidoso e mecanismos manipulativos utilizados nas suas relações políticas (MUITO ALÉM, 1993).

⁶³ Segundo Briggs e Burke (2004, p. 270-276), o termo *convergência* era usado, em 1970, de forma abrangente para referir-se à relação entre os computadores e as telecomunicações. Depois, passou a ser aplicado a organizações e processos, principalmente à união entre indústrias de mídia e de telecomunicações. Desde a década de 1990, ele é aplicado “ao desenvolvimento tecnológico digital, à integração de texto, números, imagens, sons e a diversos elementos na mídia”. E, ainda, é utilizado em relação a sociedades e culturas, com um sentido de tendência da tecnologia de tornar sociedades e culturas mais “parecidas”.

e telecomunicações – e mudando definitivamente as formas de processamento de informação (BRIGGS; BURKE, 2004).

No período de repressão, apesar do cerceamento da liberdade de expressão, um movimento importante de imprensa alternativa existiu. Flávio Aguiar (2015) chama atenção para três jornais que se destacaram por exercerem força maior na disputa de poder com a grande imprensa: *Movimento*, *Opinião* e *Em Tempo*. A redemocratização do país teria, segundo ele, marcado “o fim desse tipo de imprensa alternativa, constituído em torno de frentes jornalísticas, que recobriam articulações que se fragmentavam de acordo com confrontos internos e as necessidades de sobrevivência diante da repressão feroz da ditadura de 1964” (AGUIAR, 2015, p. 246).

No Brasil, a chegada do computador nos anos 1980 e da internet nos 1990 provocou uma enorme mudança na maneira de fazer do jornalismo, tendo a Folha de São Paulo como pioneira na mudança já nos anos 1980. Foram adotados métodos de organização do trabalho parecidos com os das grandes indústrias e a opinião jornalística fora restringida aos editoriais e colunas assinadas, “em busca de um jornalismo ‘crítico, pluralista, apartidário e moderno’” (VILLAMÉA, 2015, p. 254). A folha saiu na frente também no envolvimento com o movimento político que reivindicava as eleições diretas para presidente da República.

Os outros veículos, no entanto, não demoraram em acompanhar o fenômeno. Resistência mesmo ocorreu por parte da Rede Globo, que monopolizava a informação televisiva e só noticiou a mobilização popular depois que o número de pessoas nas manifestações passou a ser contado em centenas de milhares. Não foi à toa que a empresa ganhou palavra de ordem nos comícios. “O povo não é bobó, abaixo a Rede Globo”, gritavam os manifestantes (VILLAMÉA, 2015, p. 258).

Será que podemos associar o engajamento da Folha ao engajamento burguês pró-redemocratização? Eis outro momento de nova orientação burguesa, com indica Prestes Motta (1979). Durante a ditadura, o espaço foi definitivamente aberto ao capital multinacional. Ao capital brasileiro coube a associação e a subordinação, sendo cliente e fornecedor ora do Estado, ora das multinacionais.

A hostilidade ao Estado e ao capital estrangeiro não pode ser bandeira de mobilização social de uma burguesia comprometida, em larga medida, com o capital internacional e com o próprio Estado. A democratização, as liberdades individuais, a redistribuição de renda, a nova organização partidária e até o problema de estrutura da propriedade são levantados. Tudo o que possibilite uma organização que não vá contra a própria burguesia é objeto de debate. Sem isso estaria comprometida com a sua própria prática (MOTTA, 1979, p. 84)

A partir daí, a burguesia alteraria novamente as suas associações (PEREIRA, 2015). Com a redemocratização, em 1988, seria desenhado um quadro liberal-dependente, que se estabeleceria a partir de 1991, com grande influência da hegemonia neoliberal que se estabeleceu no Norte, em razão da eleição de Margaret Thatcher no Reino Unido e de Ronald Reagan nos EUA. Depois, com os governos de Luiz Inácio Lula da Silva e de Dilma Rousseff, o novo pacto, agora nacional-popular, seria uma promessa.

Luiza Villaméa (2015) retoma um caso que marcou a imprensa nacional logo em seguida e que demonstra, mais uma vez, a íntima relação entre a política, as organizações midiáticas e o empresariado nacional: as investidas das revistas *Isto É* e *Veja* no esquema de corrupção envolvendo o empresário Paulo César Farias e o então Presidente, Fernando Collor de Mello – eleito depois de angariar apoio da maioria dos donos dos meios de comunicação. As revistas mostraram a ascensão e a queda do presidente, até o seu impedimento. O momento demarcou o vanguardismo das revistas nos “furos” de reportagem, que antes eram “papel” dos jornais, sendo investidos muitos recursos para manter esse perfil e o acesso seguro às fontes.

Quinze anos depois do caso Collor, as revistas brasileiras ficaram mais parecidas com os jornais, no que diz respeito ao trabalho dos jornalistas e à forma de produzir as notícias. Com o surgimento de novas mídias e a diversificação de negócios das empresas de comunicação, o gerenciamento das redações atrelou-se em excesso a projetos contábeis. As redações tornaram-se mais enxutas, com praticamente toda a equipe voltada para a produção imediata. Para ganhar tempo e reduzir custos com deslocamentos, boa parte das entrevistas passou a ser feita por telefone, o que inviabiliza o aprofundamento da relação do jornalista com suas fontes (VILLAMÉA, 2015, p. 264).

Desde então, os escândalos de reportagem não param de vir à tona e os jornalistas estreitaram a relação com os procuradores da República e os promotores, que passam a protagonizar as investigações acerca das denúncias veiculadas. Segundo a autora, o fantasma da censura ronda novamente, encontrando-se agora no poder econômico. O número de processos indenizatórios contra empresas de comunicação é cada vez maior por parte daqueles que se sentem ofendidos com as reportagens. Entretanto, para a autora, quanto mais sólida for a empresa jornalística e mais consistente a sua produção, menos vulnerável ela estará a estas pressões de ordem econômica.

“A ‘revolução digital’ rompeu as fronteiras que antes separavam as três formas tradicionais de comunicação: o som, a escrita e a imagem. Permitiu o surgimento e o avanço da internet, que representa um quarto modo de se comunicar, uma nova maneira de se expressar, de se informar e de se distrair” (CAMARGO, 2015, p. 270). Cláudio Camargo salienta a distância entre globalização e a democratização da mídia digital: embora incluído na esfera

global de comunicação, a estrutura midiática segue concentrada nas mãos de poucos grandes grupos empresariais e familiares. Não há, no Brasil, uma regulamentação que limite essa concentração. O poder Executivo detém o poder de concessão e que o explora é o setor privado. Nesse jogo, entram, desde 1995, os *global players*, participando do encaminhamento das políticas do setor, articulando os seus interesses com o Estado – a exemplo do setor de telecomunicações.

O autor relata que, com a Emenda Constitucional nº 36, de 2002, que permitiu a entrada de pessoas jurídicas e de capital estrangeiro no capital social das empresas jornalísticas e de radiodifusão, as empresas tradicionais do ramo foram abaladas, vendo suas receitas despencarem: Mesquita (*O Estado de São Paulo*), Nascimento Brito (*Jornal do Brasil*), Levy (*Gazeta Mercantil*), Frias (Grupo Folha), Marinho (*Organizações Globo*), Civita (*Abril*), Bloch (*Manchete*), Sirotsky (*Rede Brasil Sul*), Saad (*Rede Bandeirantes*) e Abravanel (*SBT*). Das que conseguiram se manter, três precisaram recorrer ao capital externo – dentre elas, as Organizações Globo e a Abril.

Assegurando que, embora as mídias tenham mudado com a “revolução digital”, a política continua a mesma, reafirmando a estreita relação entre o grande empresariado e a política nacional, que tentamos evidenciar nesta seção. Camargo (2015) cita o jornalista Cláudio Abramo, condutor da Folha de São Paulo e do Estado de São Paulo entre as décadas de 1960 e 1970, para quem liberdade de imprensa é, antes de mais nada, liberdade da empresa jornalística:

“A grande imprensa, como já está definida pelo nome, é ligada aos interesses daquela classe que pode manter a grande imprensa. Na medida em que essa classe está em contradição com a conjuntura nacional, os jornais podem exercer um papel de esclarecimento” da opinião pública. Foi o que aconteceu no período final do regime militar, principalmente com a campanha das Diretas, bandeira adotada sem reservas pela *Folha de S. Paulo*. “Mas é preciso não esquecer”, lembra Abramo, “que esse esclarecimento vai até o nível dos interesses da própria grande imprensa. Ela tem interesses peculiares, pertence a pessoas cujos interesses estão ligados a um complexo econômico, político e institucional” (CAMARGO, 2015, p. 275).

Como amostra dos feitos midiáticos em nome dos seus beneficiários (e das suas próprias empresas, é preciso dizer), o autor lembra os seguintes casos: tentativa de fraude da vitória de Leonel Brizola ao governo do Rio de Janeiro em 1982; cobertura tendenciosa das manifestações pelas diretas em 1984; edição do debate entre Collor e Lula, em 1989, pela Rede Globo; empenho do empresariado e dos setores conservadores da sociedade na caça à candidatura de Brizola ou Lula na campanha do mesmo ano; a construção e a derrubada do “caçador de marajás” (Collor, citado anteriormente); ainda o empenho dos meios de comunicação na candidatura de Fernando Henrique Cardoso e o enfoque das qualidades do seu

governo, mencionando muito pouco o seu programa de liberalização econômica e as privatizações; a grande ameaça econômica veiculada em razão da candidatura de Lula e a veiculação da “Carta aos Brasileiros” que, segundo o ex-ministro petista Antonio Palocci, fora negociado entre ele e João Roberto Marinho (Rede Globo), para garantir confiança ao mercado⁶⁴.

Camargo enfatiza um outro caso que teria marcado na mídia brasileira uma nova característica. Segundo ele, no primeiro governo Lula, o empresariado estava “satisfeito” com a condução do país, tendo em vista a manutenção do modelo neoliberal arquitetado por Fernando Henrique Cardoso. Entretanto, a grande imprensa brasileira teria se envolvido em uma operação contra a reeleição de Lula em 2006. Os principais envolvidos teriam sido a revista *Veja*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e as Organizações Globo, inebriados pelo seu papel de “quarto poder”. E o caso mais escandaloso teria sido o da publicação da *Veja*, em 02 de novembro de 2005, denunciando que Lula haveria recebido US\$ 3 milhões de Cuba para a sua campanha. A própria revista desmentiu os detalhes da reportagem posteriormente. Mesmo com as tentativas contrárias, Lula foi reeleito e, de acordo com Camargo, abriu-se um enorme hiato entre a cobertura da mídia e a percepção majoritária dos eleitores. Tal fato estaria atrelado ao surgimento de uma classe C (acompanhada de uma classe D), incorporada recentemente ao mercado de consumo e que representaria cerca de seis milhões de pessoas.

Isso parece indicar que o papel tradicional de ‘formador de opinião’ da mídia impressa tradicional parece ter diminuído consideravelmente no Brasil, principalmente em relação à classe C. O acesso à informação é bem mais amplo e se faz através de vários veículos, como TV, internet, blogs etc. [...] A crise da grande imprensa [...] deixa aberto o campo para a expansão das novas mídias, particularmente a blogosfera (CAMARGO, 2015, p. 282-283).

O arrefecimento do papel da mídia impressa tradicional parece fazer sentido, visto a eclosão de uma via alternativa criada através das mídias sociais que se desenvolveram já nos anos do século XXI. Entretanto, esse papel não estaria sendo apenas realocado aos novos veículos? E se considerarmos que a imprensa tradicional também se renovou e se adequou aos novos meios, ainda assim poderíamos considerar que ela já não tem o mesmo poder de formadora de opinião? Também é preciso considerar que as grandes empresas de mídia são donas de diversos veículos e que a produção jornalística de cada um certamente está interligada.

⁶⁴ Esses e outros casos são citados também no livro de Paulo Henrique Amorim, referenciado anteriormente. O autor reúne uma série de textos baseados nas suas anotações e materiais utilizados ao longo da sua larga experiência como jornalista. Apresentando casos em que a mídia brasileira esteve envolvida com a cobertura e o encaminhamento da política nacional, além de casos em que grandes empresas se envolveram em esquemas de corrupção e, de várias formas, utilizaram-se da mídia para esconder ou tentar amenizar as situações.

É certo que vemos uma nova forma de atuação das comunicações em massa, mesmo que essa nova forma continue conjugada à “velha forma” de tratar da política, com bastante sede para casos de corrupção – como temos visto nos últimos anos. Entretanto, parece-nos cedo para dizer em que medida o caráter “formador de opinião” estaria abalado.

Se retomarmos a posição de Bresser-Pereira sobre a promessa nacional-popular estampada no pacto burguês de Lula e Dilma, vê-se que a palavra “promessa” foi bem colocada. Mesmo considerando as divergências, a manutenção das políticas neoliberais iniciadas na década de 1990 trouxe os protagonistas da economia nacional para o lado do governo. Entretanto, a crise política do segundo mandato de Dilma acabou no seu impedimento. Desde que o seu vice, Michel Temer, chegou ao governo, temos observado uma série de medidas que mantém e, mais do que isso, fortalecem as medidas neoliberais.

É preciso lembrar, como já o fizemos na introdução, que o período de transição entre os dois governos foi altamente coberto pela mídia brasileira. Mas também de bastante envolvimento com denúncias de escândalos de corrupção (entre determinadas empresas e setores do governo) e das manifestações que marcaram o ano de 2013 e seguiram com certa intensidade até 2016.

Chegando ao final do percurso, podemos retomar os traços centrais do argumento, essenciais para a construção deste trabalho: 1 – Na história do Brasil, mídia e ideia de *nação* surgem mais ou menos ao mesmo tempo; 2 – A mídia parece se enriquecer em momentos específicos da história, com a efervescência de ideias – o que justificável, já que é disso que ela vive (o que seria da mídia se “nada acontecesse”?); 3 – As muitas relações entre mídia, empresariado e política mostram que elas estiveram sempre próximas da condução do país, principalmente no que toca os seus interesses econômicos; 4 – Ao longo do seu estabelecimento, a mídia brasileira foi se organizando de modo a criar certo enraizamento nessas relações, instituindo, talvez, certo poder através do seu desenvolvimento técnico e tecnológico e através da sua ligação com a política (o que se tornou, pelo que vimos, uma de suas características essenciais).

5 Análises da seção *Carta ao Leitor* da revista *Veja*

O *corpus* escolhido para análise se refere à seção *Carta ao leitor* de *Veja*. O título da seção sugere que o seu texto compõe o gênero epistolar⁶⁵, que pressupõe um tipo de contrato comunicacional dialógico, onde pelo menos dois indivíduos, definidos, podem comunicar-se em uma situação de troca. O primeiro emite sua mensagem, o segundo recebe-a e pode responder àquele simetricamente. Entretanto, não é isso que ocorre no caso de *Carta ao leitor*.

No primeiro capítulo, vimos que o processo de comunicação de massa é fundamentalmente assimétrico, em sentido único. Ainda que a revista destine um espaço à publicação de mensagens enviadas pelos seus leitores, a seção *Leitor* expõe textos de conteúdos diversos, não necessária e especificamente respostas à *Carta*. Em relação ao espaço de participação e retorno aos receptores, é preciso considerar também que os textos dos leitores não são publicados em sua integralidade, passando pelo crivo dos editores para selecionar o que será veiculado.

Além do mais, podemos questionar: *quem é o destinatário* desta *Carta*? A revista não escreve para *um* receptor ou um *grupo restrito e definido* de receptores. Seus leitores compõem um grupo muito amplo e plural de destinatários *indefinidos*, sobre os quais se pode apenas supor algo. Segundo Charaudeau (2015), a identidade social da instância de recepção é uma incógnita para a instância de produção. A mídia é instada a fazer previsões sobre seu público, considerando um público-alvo ideal (“destinatário-alvo”) e/ou estudando suas reações (“receptor-público”). Entretanto, os próprios jornalistas reconhecem a dificuldade de identificar o receptor-público, mesmo através de suas manifestações diretas à redação, visto que é uma faixa bastante típica de leitores que escreve (CHARAUDEAU, 2015, p. 85).

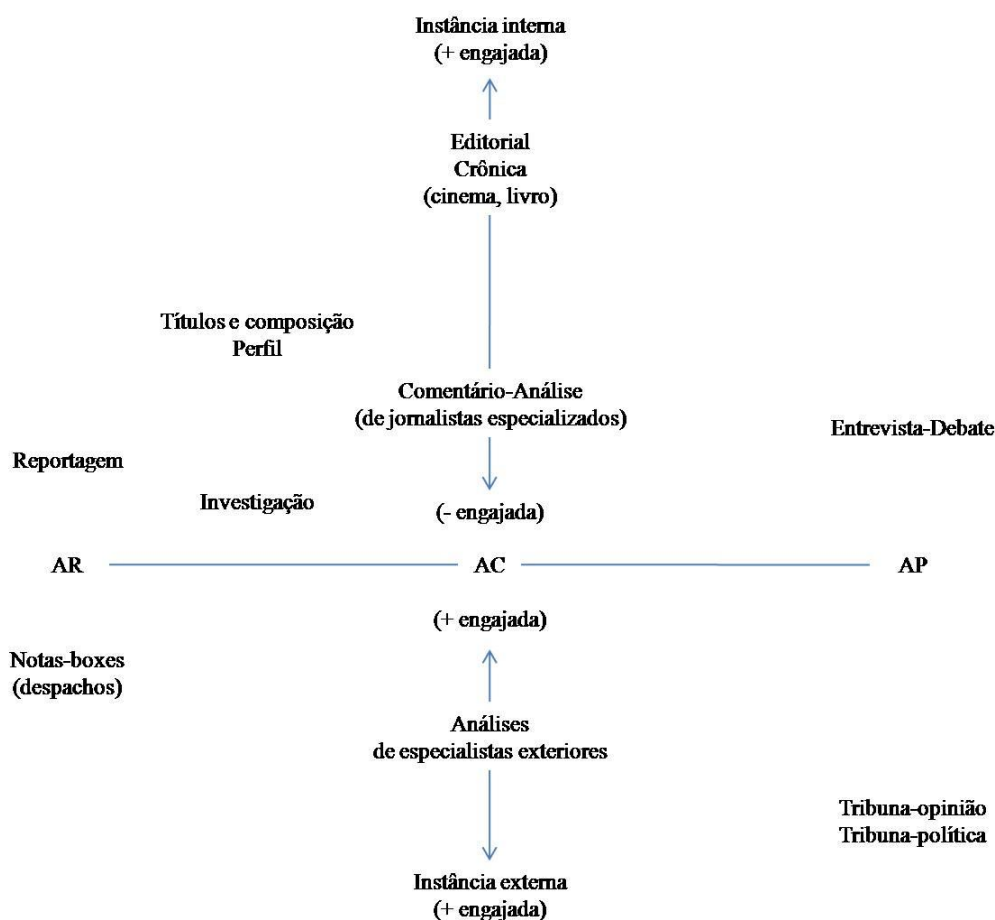
Assim, podemos pensar que a *Carta ao leitor* parece mais uma *falsa epístola* no que se refere ao seu ritual genérico. A supressão do “direito à resposta”, pressuposto em uma carta, faz do enunciador alguém que profere um discurso que deve ser tomado como sincero, verdadeiro, transparente, cabendo ao destinatário acatá-lo, assim como ao sentido proposto. Ao menos no que diz respeito à sua proposta enquanto texto publicado, pois quem escreve sempre

⁶⁵ Ainda que o uso das cartas tenha possibilitado o desenvolvimento de muitas funções, relacionamentos e práticas institucionais, tomando direções distintas que possibilitaram a formação de novos gêneros textuais (como as cartas de crédito, memorandos, periódicos científicos, jornais, etc.) (BAZERMAN, 2000), a natureza do funcionamento sociocomunicativo da carta se resume a “uma comunicação direta entre duas partes (remetente e destinatário); a confiabilidade conferida ao documento; a possibilidade da interlocução (da troca); a construção de relacionamentos (sociais) específicos em circunstâncias específicas” (SILVA, 2002, p. 56).

escreve para ser lido, esperando transmitir credibilidade ao seu leitor, convencê-lo. Estamos analisando, então, o *editorial* da revista? Mas o que isso significa?

Charaudeau (2015, p. 209) elabora uma tipologia dos textos de informação midiática que entrecruza os principais *modos discursivos* do tratamento da informação e os principais tipos de instância enunciativa (instância de “origem externa” e instância de “origem interna” à própria mídia), às quais se superpõe um *grau de engajamento*. Conforme figura abaixo:

Figura 1. Tipologia dos textos de informação midiática



Fonte: CHARAUDEAU, 2015, p. 208.

Quanto aos modos discursivos, trata-se da maneira como é organizado o discurso de informação da mídia. O *contrato comunicacional midiático*⁶⁶ determina as estratégias escolhidas pela instância comunicativa para transformar o “mundo a descrever” em notícia.

⁶⁶ Definido na terceira seção do primeiro capítulo, o *contrato de comunicação*, no caso da mídia, ocorre a partir dos “acontecimentos brutos”. A construção de sentido se dá pela transformação, por parte da instância de produção, dos acontecimentos em “estado bruto”, mas já interpretados, em notícia (processo de *transformação*), em função do que ela imagina a respeito da instância receptora que, por sua vez, as reinterpreta ao seu modo (processo de *transação*). Esse duplo processo determinará a maneira da colocação em cena (*mise en scène*) da informação, sendo responsável por gerar um *espaço público* de informação e, em seu próprio quadro, se constrói a *opinião pública* (CHARAUDEAU, 2015).

Respeitando os critérios de *atualidade*, *expectativa* e *sociabilidade*, busca-se a formulação do seu propósito, estabelecendo a maneira de descrever (aspecto *descritivo*), de contar (*narrativo*) e de explicar (*argumentativo*). Para além, Charaudeau (2015) define três categorias discursivas particulares da situação de comunicação midiática: o *acontecimento relatado* (AR) – relatar o que aconteceu no espaço público através de um *fato relatado* e de um *dito relatado*; o *acontecimento comentado* (AC) – “comentar o porquê e o como do acontecimento relatado por análises e pontos de vista diversos mais ou menos especializados e justificar eventualmente seus próprios posicionamentos” (p. 150); e o *acontecimento provocado* (AP) – provocar o confronto de ideias através de tribunas de opinião, entrevistas ou debates que visem contribuir para a deliberação social. Já o *grau de engajamento* se refere às intervenções dos jornalistas ou de pessoas exteriores à instância de informação. Trata-se do grau de manifestação da opinião e das apreciações do enunciador na análise que propõe.

Difícilmente um texto pertencerá somente a um gênero discursivo. Porém, é preciso identificar as formas textuais dominantes, verificando a regularidade e a convergência de certos traços em uma determinada situação de comunicação. Assim, o *editorial* aparece como um gênero da imprensa escrita, tendo características do *acontecimento comentado* e de um engajamento relativamente livre da instância midiática (“origem interna”). Para Charaudeau, seu propósito é o de trazer um ponto de vista capaz de esclarecer os acontecimentos concernentes aos domínios político e social considerados os mais importantes do momento. Em razão desta temática, o enunciador é levado a construir um discurso de opinião, de maneira argumentada, visto que seu posicionamento implica o engajamento de toda a redação.

Quanto à formatação da *Carta*, ela visa a atender as exigências de *visibilidade*, de *legibilidade* e de *inteligibilidade* da imprensa. Portanto, os elementos descritos a seguir (e que podem ser verificados nas Figuras 2 e 3) possuem as funções de tomada de contato com o leitor (*fática*), de anúncio da notícia (*epifânica*) e de orientação do percurso visual do leitor (*sinóptica*). A sua localização no corpo da publicação respeita um padrão de edição, constando quase sempre ou próxima à página 12, ou seja, bem no início e em seguida do índice. Isto parece indicar, já na abertura da revista, um ponto de vista a respeito dos acontecimentos tratados na edição, uma orientação de leitura do conteúdo que será apresentado. A diagramação é bastante limpa, com letras pretas em fundo branco, dando destaque ao título da *Carta* e à foto relacionada ao seu conteúdo. O título tem sempre tamanho de fonte muito maior do que o resto do escrito, sempre ajustado à esquerda ou centralizado, utilizando o sentido de leitura ocidental (da esquerda para a direita e de cima para baixo) para encaminhar o leitor através da página. A

posição da foto é variável e seu tamanho ocupa normalmente o espaço aproximado de um quarto do espaço destinado à localização do texto (título, texto, foto e legenda).

Figura 2. Diagramação – exemplo 1.



Fonte: Revista *Veja*, edição nº 2324, p. 12.

Figura 3. Diagramação – exemplo 2.



Fonte: Revista *Veja*, edição nº 2377, p. 12.

No que se refere à relação entre o conteúdo das *Cartas* e as matérias de destaque da revista, dentre as 26 analisadas, verificamos que: em 10 o tema não é o mesmo da matéria de capa nem da matéria de destaque no índice da revista; em 13 a relação é direta; em 1 está relacionado somente com a matéria de capa; e em 2 somente com a matéria destacada no índice. Ou seja, em 61,5% dos casos o teor da *Carta* está relacionado ao tema destacado pela edição a que pertence. De pronto, outro detalhe que chama atenção na observação das capas é a recorrência com que o PT é o motivo principal. Considerando a edição especial nº 2474, que não tem *Carta* mas que será analisada na seção destinada ao *impeachment* de Dilma, são 17 capas onde o PT é o destaque (12) ou é mencionado sem ser o motivo central (5). Isto é, 63% dos casos.

5.1 Jornadas de Junho de 2013

As *Jornadas de Junhos* representaram uma grande movimentação social, com manifestações, protestos e reivindicações de diversas ordens. Em pauta, estavam, principalmente, os interesses da nação e a necessidade de mudanças políticas que pudessem trazê-los à frente dos interesses individuais e torná-los realidade. Combate à corrupção, defesa de direitos sociais, políticas públicas voltada ao desenvolvimento do país, melhorias na

educação, em infraestrutura, etc. E, ainda, foi posta em discussão a identidade nacional, suas características e perfil, tornando popular a expressão “o gigante acordou”, agora já não mais “dorme em berço esplêndido”.

Dos quatro textos que compõem este grupo, dois se referem ao seu tema central. Tratam-se dos seguintes artigos: *O legado de Roberto Civita* (de 05/06/2013, ed. nº 2324, p. 12), *A questão indígena* (de 12/06/2013, ed. nº 2325, p. 12), *Eles querem dizer alguma coisa* (de 19/06/2013, ed. nº 2326, p. 12) e *Sem medo do novo* (de 26/06/2013, ed. nº 2327, p. 13)⁶⁷. Todos se propõem a comentar algum acontecimento recente. No primeiro, o evento em pauta é a morte de Roberto Civita, um dos fundadores da revista, e o que seria o seu legado. O segundo comenta a morte de um indígena que teve repercussão nacional. O terceiro e o quarto abordam as manifestações populares que marcaram aquele mês.

Considerando que *Veja* é uma mídia de publicação semanal, o que parece importar é sempre o tempo presente. Por isso, a sua *cronografia*⁶⁸ está definida pelo *agora*, visando estar o mais próximo possível dos acontecimentos:

Na fala com que se despediu de seu pai, Roberto Civita, na cerimônia de cremação *na segunda-feira passada*, Giancarlo Civita reafirmou o seu compromisso e o dos irmãos, Victor e Roberta, com o legado que recebiam. [...] A reportagem especial *desta* edição de VEJA *presta-lhe* a derradeira homenagem. *Examinamos* o seu legado... (ed. nº 2324, grifo nosso)

“Uma reportagem *desta* edição *se debruça* sobre o problema, que se tornou agudo, *nos últimos dias*, com a morte de um índio terena em confronto com a polícia em Mato Grosso do Sul” (ed. nº 2325, grifo nosso); “Uma reportagem especial *desta* edição *se dispõe* a explicar o que querem os jovens *brasileiros* que *estão* vandalizando as ruas a pretexto de lutar contra o aumento de 20 centavos nas passagens urbanas” (ed. nº 2326, grifo nosso); “As manifestações de rua *da semana passada* mostraram de modo inequívoco que *estão* quebrados os canais de comunicação...” (ed. nº 2326, grifo nosso).

Tais passagens demonstram nos acontecimentos comentados a instância *tempo* da *dêixis* discursiva, ou seja, o *agora*, manifestando-se no nível do sentido que uma formação discursiva constrói através de sua enunciação, produzindo uma cena e pressupondo-a para legitimar-se (MAINGUENAU, 1997, p. 42). Isso fica evidente nas expressões indicativas de

⁶⁷ Como no início de cada seção serão apresentados os títulos dos artigos, indicando o número, a data e a página em que se encontram na edição na qual foram publicados, as citações serão identificadas apenas mencionando o número da edição a que pertencem.

⁶⁸ Na língua, a *dêixis* é formada pelas coordenadas espaço-temporais implicadas em um ato de enunciação, conjunto de referências articuladas pelo triângulo EU↔TU – AQUI – AGORA. Assim, podem ser distinguidos *locutor* e o *destinatário discursivos*, a *cronografia* e a *topografia* (MAINGUENAU, 1997).

tempo recente grifadas, assim como no uso do presente como tempo verbal quando explica o que está ocorrendo no cenário descrito e a que se propõe a edição apresentada. Com isso, vê-se um enunciador que quer mostrar-se atento aos eventos da atualidade, demarcando uma mesma situação referencial entre ele e o leitor. Mas quem enuncia nesses casos? De onde fala? Como se definem as outras pontas da triangulação que formam a sua dêixis?

Os temas desses textos fazem referência a eventos e fatos ocorridos no Brasil. O grifo em *brasileiros* acima demonstra essa referência, assim como os trechos: “*Nosso pai* [um brasileiro, dono da revista] era um entusiasta do *Brasil*. *Ele* acreditava no *Brasil*...” (ed. nº 2324, grifo nosso); “*Os repórteres de VEJA* entrevistaram dezenas de jovens nas *ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro*...” (ed. nº 2326, grifo nosso). O *lugar* de enunciação é o Brasil. Este *aqui*, relacionado ao *agora*, equivalem ao contexto político-social que vive o país, servindo de fonte e meio para a escritura das *Cartas*. Mas, para além, há um desdobramento deste lugar, pois o *aqui* de *Veja* é o *aqui* da redação de uma revista organizada e editada por um grande grupo empresarial, o maior do ramo no Brasil. Trata-se de uma maneira de situar-se, ao mesmo tempo, fora e dentro do contexto mencionado, fora porque analítica das situações e dentro porque no mesmo mundo, é parte do cenário onde atua. O que pode ser verificado nas menções grifadas a Roberto Civita e aos repórteres.

Portanto, podemos ter ideia de quem é o *locutor discursivo*⁶⁹. Apesar de presente em apenas um dos quatro textos, o uso da primeira pessoal do plural o torna evidente: “*Nós*, da redação de VEJA, *enfrentamos* junto com Roberto... [...] *Examinamos* seu legado...” (ed. nº 2324, grifo nosso). Trata-se, então, da própria equipe de redação da revista que se coloca como enunciador. É ela, uma instância de produção compósita, e não individual, quem fala com o leitor. Segundo Émile Benveniste (1966, p. 226-236), o *nós* não é uma simples pluralização do *eu*, cuja unicidade e subjetividade são impossíveis de pluralizar. Trata-se, então, de uma *junção* entre o *eu* e o *não-eu*, formando uma totalidade nova e de um tipo particular. Mesmo o uso da terceira pessoa nas outras três *Cartas* não invalida esse *nós* que pouco aparece, mas ao contrário, parece reforçá-lo na sua tentativa geral de impessoalidade, característica dos discursos de mídia. Segundo Benveniste, a forma da terceira pessoa não está relacionada a uma pessoa específica, ela é a forma verbal que tem por função exprimir a *não-pessoa*, o elemento pessoal ausente,

⁶⁹ Tomado aqui, no sentido que propõe Charaudeau, como um dos sujeitos externo ao ato enunciativo, “o sujeito comunicante, que toma posse da palavra, em quem se situa o projeto de fala. Simetricamente, o interlocutor (ou sujeito interpretante) é o outro parceiro, o receptor, que recebe e interpreta o ato de comunicação que lhe é endereçado” (ver verbete “Locutor”, in: CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006). O enunciador, interno ao à encenação, pode, por exemplo, dizer outra coisa que aquilo que o locutor quer dizer, utilizando-se da ironia. O locutor sabe o que e como quer dizer e utiliza-se da diferença entre ele e o enunciador, deixando a cargo do interlocutor compreender o que significa o seu enunciado.

privado da correlação de personalidade presente nas formas *eu-tu*⁷⁰. O uso generalizado desta forma pelo locutor não anula os poucos *nós* que aparecem, mas procura colocar distante o que representa a sua totalidade plural de equipe jornalística.

A percepção quanto à pessoa do leitor não é tão direta. Mas ele pode ser notado quando o locutor orienta a leitura da edição que apresenta: “A reportagem especial desta edição de VEJA presta-lhe a derradeira homenagem...” (ed. nº 2324); “Uma reportagem desta edição *se debruça* sobre o problema...” (ed. nº 2325, grifo nosso); “Uma reportagem especial desta edição *se dispõe* a explicar... [...] É muito útil decifrar quais são as verdadeiras frustrações extravasadas violentamente por eles nas ruas das grandes cidades brasileiras. A reportagem de VEJA que começa na página 82 *contribui* para isso” (ed. nº 2326, grifo nosso). Temos um leitor como “destinatário-alvo”⁷¹, identificado como alguém que precisa ser constantemente convencido da importância da revista e do seu comprometimento com a prestação de informações. Vemos que nos verbos grifados as ações a que a revista de se propõe estão relacionadas a fazer com que o seu leitor tenha conhecimento de certos assuntos que o locutor julga importantes.

Mas esta instância de recepção também não é una, trata-se, assim como na produção, de uma instância compósita. Então como superar a possível e prevista heterogeneidade do seu público? Utilizando um discurso de objetividade como recurso, “em nome da verdade”⁷². Isso fica claro no *discurso fundador* verificado na primeira *Carta*, que é a situação de enunciação anterior que a dêixis atual utiliza para repetição e da qual retira boa parte de sua legitimidade⁷³. Nele, o locutor é Roberto Civita e o interlocutor as pessoas que conformam a redação da revista.

A cronografia dessa dêixis fundadora está em um *tempo anterior ao atual*, onde o locutor atuou como instituidor e editor da revista, instaurando os preceitos que devem ser seguidos pela sua equipe. O que demarca o seu *lugar* de fala como o mesmo do locutor da *Carta*. O seu *eu* possui características psicológicas de alguém que se quer bastante objetivo e

⁷⁰ “Nós podemos então definir o ‘tu’ como a *pessoa não-subjetiva*, em face da *pessoa subjetiva* que ‘eu’ representa; e essas duas ‘pessoas’ se opõem juntas à forma da ‘não-pessoa’ (= ‘ele’)” (BENVENISTE, 1966, p. 232, tradução livre).

⁷¹ Segundo Charaudeau, a mídia faz previsões a respeito da avaliação do público sobre as informações que recebe. Isto é feito de duas formas, considerando-o um “destinatário-alvo” – *alvo intelectual* ou *alvo afetivo*, tendo em vista o seu “conjunto impreciso” de valores ético-sociais e afetivo-sociais – ou estudando suas reações – com *estudos de audiência* e *estudos de impacto* (CHARAUDEAU, 2015, p. 78-85).

⁷² Trata-se de um recurso discursivo que pode produzir um *efeito de verdade*, visada do discurso da informação midiática, já que sua credibilidade não surge de uma construção instrumentada e científica que produz um *valor de verdade*. Ambos os discursos, informativo e científico, têm em comum a problemática da prova, mas, diferentemente do segundo, que pressupõe que o destinatário também possui um saber especializado, a mídia não pode partir desse pressuposto. Por isso, necessita de fazer-se crer, de buscar aquilo que lhe dá o “direito à palavra” (CHARAUDEAU, 2015, p. 48-63). Assim, autoidentificação e a reivindicação da objetividade e da neutralidade servem para produzir este efeito no interlocutor, além de lidar com sua diversidade e pluralidade.

⁷³ “Uma formação discursiva, na realidade, só pode enunciar de forma válida se puder inscrever sua alocação nos vestígios de uma outra deixis [*sic*], cuja história ela institui ou ‘capta’ a seu favor” (MAINGUENAU, 1997, p. 42).

que preza pela racionalidade. A valorização da “[...] razão informada pela ciência e pelo conhecimento técnico, estatístico, demográfico, matemático e físico...” (ed. nº 2324) indicam uma aproximação de sua atividade com a utilização de instrumentos e métodos que pretendem alcançar neutralidade, “[...] capturar e descrever com clareza os acontecimentos naturais, sociais e econômicos...” (ed. nº 2324). Indicando um distanciamento de uma posição mais interpretativa. A morte de Roberto parece ter sido utilizada como um reforço da postura editorial defendida por *Veja*, publicando o seu “discurso do método”.

Como *procedimento argumentativo de ordem semântica*⁷⁴ (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) podemos identificar valores pertencentes aos domínios de avaliação do *ético* – como a defesa da *disciplina*, da *honestidade*, do *esforço e superação*, e da *justiça* que devem pautar o fazer jornalístico da revista segundo os preceitos de seu fundador –, do *pragmático* – defendendo uma *norma como modelo de comportamento* e de *prudência* – e do *pragmático e ético* ao mesmo tempo – na medida em que as regras de comportamento de Roberto Civita, verificadas por ele e a sua equipe na prática (*pragmática*), tornam-se um modelo de conduta (*ética*).

Os principais *procedimentos discursivos* utilizados para produzir efeitos de persuasão (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) são a *definição* – do *ser* e do *comportamento* de Roberto Civita como modelos a serem seguidos pela redação de *Veja* na sua atuação jornalística e em sua postura perante os seus leitores e a nação brasileira – e a *citação* – de Giancarlo e Roberto, no intuito de dar ao texto um efeito de autenticidade, funcionando como fonte de verdade, testemunho de *um dizer* e de *um saber* que emana da autoridade do fundador de *Veja*.

O legado de Roberto Civita

Na fala com que se despediu de seu pai, Roberto Civita, na cerimônia de cremação na segunda-feira passada, Giancarlo Civita reafirmou o seu compromisso e o dos irmãos, Victor e Roberta, com o legado que recebiam. Disse Giancarlo: “Nosso pai era um entusiasta do Brasil. Ele

acreditava no Brasil. Durante toda a sua vida ele mostrou em atos e palavras que uma nação de verdade, viável e justa não nasce ao acaso. Ela precisa ser construída. Ele tinha certeza de que as ferramentas para isso são a educação e a liberdade de expressão. Como seus filhos, reiteramos o compromisso que já havíamos feito a ele, de perseverar na busca da verdade,

⁷⁴ Segundo Charaudeau (2012, p. 231-243), o sujeito que quer argumentar utiliza procedimentos, baseados nos diversos componentes do modo *argumentativo* de organização discursiva (utilizado pelos editorialistas da imprensa [CHARAUDEAU, 2015]), que devem servir à sua intenção de comunicação em função da situação e da maneira como percebe o seu destinatário. Esta é a *encenação argumentativa*, cujos procedimentos visam a validar a argumentação, construindo uma *prova* para mostrar que a *proposição* é *justificada*. Os *procedimentos semânticos* se baseiam no *valor dos argumentos* e são baseados no consenso social através do compartilhamento de valores entre os membros de um grupo sociocultural, em determinados domínios de avaliação: *Verdade*, *Estético*, *Ético*, *Hedônico*, *Pragmático*, e *Ético e Pragmático*. Já os *procedimentos discursivos* utilizam categorias linguísticas a fim de produzir *efeitos de discurso*, isto é, utiliza procedimentos de outros modos de organização do discurso (que não o argumentativo) para produzir certos efeitos de persuasão. Podem ser: *definição*, *comparação*, *citação*, *descrição narrativa*, *reiteração* e *questionamento*.

na melhoria da qualidade de vida dos brasileiros e no fortalecimento das instituições democráticas no Brasil”.

Nós, da redação de VEJA, enfrentamos junto com Roberto a missão de publicar nas páginas da revista o resultado da busca honesta da verdade. Essa era, no fundo, sua única e intransigente exigência. O caminho para isso, repetia ele, é o seguinte: “Esqueçam os parentes, os amigos, esqueçam as fidelidades partidárias, as simpatias ideológicas, estéticas ou intelectuais. Controlem suas idiossincrasias. Dominem a agitação das emoções. Só então, pensando no leitor, relatem os fatos com clareza, de maneira ordenada, sem adornos desnecessários, transportando-o para o epicentro dos acontecimentos como um espectador privilegiado da realidade que fomos verificar em benefício dele”. Simples? “O difícil é fazer isso todos os dias”, reconhecia Roberto.

Em seu papel de editor de VEJA, Roberto Civita foi sempre galante, espirituoso, erudito, transparente, mordaz e, claro, às vezes, difícil, como é de esperar em um ambiente jornalístico altamente profissional, em que a normalidade é inimiga, a crise uma constante e a urgência eterna.

A reportagem especial desta edição de VEJA presta-lhe a derradeira homenagem. Examinamos seu legado do ponto de vista de quem vivenciou no cotidiano a aplicação de sua visão corajosa e independente. Roberto abominava os extremos na política, desacreditava dos dogmas religiosos, temia o fanatismo e punia a improvisação.

Ele tinha total confiança na força da razão informada pela ciência e pelo conhecimento técnico, estatístico, demográfico, matemático e físico. A racionalidade e a linguagem exata eram para ele os únicos instrumentos capazes de capturar e descrever com clareza os acontecimentos naturais, sociais e econômicos. Como revela a anotação deixada na caderneta em que rascunhou esquematicamente o que deveriam ser suas memórias, Roberto teve plena consciência de suas conquistas e prezava seu lugar no centro do palco: “Se você consegue fazer as coisas que ama e as faz bem e se diverte com elas e é também reconhecido, admirado (e invejado) e ainda por cima ganha dinheiro com isso, você é verdadeiramente abençoado. Eu tenho sido” (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2324, p. 12).

A heterogeneidade discursiva mostra a relação do interior do discurso com o seu exterior, onde podemos perceber como o sujeito enunciante se posiciona em relação ao mundo e aos outros discursos que entrecruzam o seu (MAINGUENAU, 1997). A *polifonia*⁷⁵ identificada na presença de outras vozes discursivas que não a sua pode ser verificada nas vozes de Roberto Civita e do seu herdeiro, Giancarlo Civita. O uso do discurso direto na citação de Giancarlo Civita em relação ao seu pai parece dar um tom de familiaridade ao discurso da *Carta*, visto que ele menciona suas pretensões enquanto cidadão e reitera o compromisso da família Civita com o legado deixado por Roberto:

Disse Giancarlo: ‘[...] Durante toda a sua vida ele mostrou em atos e palavras que uma nação de verdade, viável e justa não nasce ao acaso. Ela precisa ser construída. Ele tinha certeza de que as ferramentas para isso são a educação e a liberdade de expressão. Como seus filhos, reiteramos o compromisso que já havíamos feito a ele, de perseverar na busca da verdade, na melhoria da qualidade de vida dos brasileiros e no fortalecimento das instituições democráticas no Brasil’ (ed. nº 2324).

⁷⁵ De maneira simplista, fazer falar várias vozes no seu texto, veicular muitos pontos de vista diferentes (ver verbete “Polifonia”, in: CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006).

Da mesma maneira funciona o discurso direto na citação de Roberto Civita, apresentado como o guia através do qual a redação da revista funcionou e seguirá funcionando, respeitando os preceitos e a autoridade do seu editor fundador. Este colocado e legitimado como ocupante eterno do principal posto e pilar que orienta o modo de ação dos profissionais da revista.

As citações utilizadas são precedidas pelos termos: “disse”, “repetia” e “reconhecia”, que representam respectivamente, segundo M. Charolles (*apud* MAINGUENAU, 1997): aparentemente uma posição neutra do sujeito enunciante; uma posição cronológica, significando que este dito já o fora feito anteriormente; e um ponto de vista do enunciador do discurso fundador, que, embora fizesse todas aquelas recomendações acerca do modo como se deve agir na redação do exercício do jornalismo em *Veja*, sabia que se tratava de algo de difícil realização diária, que exigia certo esforço. O uso dessas diversas vozes parece ser uma estratégia de aproximação do sujeito enunciante com o seu destinatário, defendendo um discurso favorável ao Brasil e ao seu próprio fazer em benefício do leitor. Eis como o sujeito linguageiro legitima e justifica a sua tomada de palavra.

O “tom” do enunciador compõe o *ethos* discursivo, o componente moral pautado no seu caráter (MAINGUENAU, 1997, p. 45)⁷⁶, neste caso, comprometido com a verdade e com a construção do Brasil como nação justa. Coloca-se como alguém autorizado a seguir o legado de Roberto Civita, portanto, levando a revista próxima de seu leitor, comprometida com ele, através do uso da razão e do controle de si no fazer jornalístico. O *anti-ethos* manifestado por esta voz pode ser caracterizado como aquele que, no seu fazer profissional, deixa-se tocar por suas preferências partidárias, estéticas, intelectuais, ideológicas etc. Caracterizado por um perfil mais despreocupado e até amador, que não preza pelo uso estrito da razão e da “linguagem exata” e pelo controle das emoções. “Roberto abominava os extremos na política, desacreditava dos dogmas religiosos, temia o fanatismo e punia a improvisação” (ed. nº 2324).

O enunciador se coloca “do ponto de vista de quem vivenciou no cotidiano a aplicação de sua visão corajosa e independente” (ed. nº 2324), ou seja, como alguém autorizado a falar sobre o seu legado pela experiência de ter atuado sob o seu comando. Valorizando a experiência como um aprendizado que legitima o seu fazer, que chancela a continuidade da revista mesmo sem o seu fundador.

⁷⁶ *Ethos*, termo emprestado da retórica antiga. Seu maior teórico foi Aristóteles, definindo-o na *trilogia dos meios de prova*, utilizadas na Assembleia ou nos julgamentos, como a imagem que o locutor constrói de si através do *logos* (o discurso) a fim de causar um *pathos* (uma atitude emocional) (ver verbetes “Ethos” e “Pathos”, in: CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006). Utilizamos como *anti-ethos* a imagem contrária ao *ethos*, componente moral e caráter que o locutor recusaria e condenaria.

O conjunto do escrito permite ligar a defesa dessas ferramentas à atividade jornalística de *Veja*. Isto porque o discurso de apoio, de Roberto Civita, indica as coordenadas da atividade na redação. Portanto, podemos ligar tal defesa à manutenção da atividade livre do Grupo Abril. O pretensioso compromisso de “melhoria da qualidade de vida dos brasileiros e no fortalecimento das instituições democráticas” é mantido através da responsabilidade de informar com a máxima objetividade e imparcialidade, “*transportando-o* [o leitor, o brasileiro] para o epicentro dos acontecimentos como um *espectador privilegiado* da realidade que fomos verificar em benefício dele” (ed. nº 2324, grifo nosso). Nesse discurso, o cidadão está fora da centralidade da vida democrática e a ela é carregado pela revista, possibilitando observá-la como um espectador. Ou seja, colocado desta forma, as instituições democráticas parecem não comportar de todo a participação do cidadão, que não *atua*, apenas *assiste*.

A questão indígena

O grande marechal Cândido Rondon, que desbravava os rincões brasileiros, tinha como lema na colonização de terras indígenas o famoso “Morrer se for preciso; matar nunca”. Os lendários irmãos Villas Bôas, mundialmente famosos por terem feito o primeiro contato com os índios gigantes da Amazônia, os crenacarores, pautavam-se pelos mesmos cuidados de Rondon. A manutenção da vida e da saúde dos índios era uma obrigação do estado brasileiro em sua política de expansão das fronteiras civilizadas sobre terras habitadas pelas populações originais pré-cabralianas. A Rondon e aos irmãos Villas Bôas não escapava a melancólica sensação de inevitabilidade da extinção ou, em um cenário benigno, da mutilação das culturas daqueles povos. Sempre foi trágico para o mais fraco o milenar encontro de populações em estágios díspares de desenvolvimento tecnológico. “Quem carregava o aço, a pólvora ou os germes mais fortes dizimava o outro. Assim caminhou a

humanidade desde seus tempos imemoriais”, escreveu o geógrafo americano Jared Diamond. A conclusão é que não existe política indigenista justa para os índios. Qual a solução para a questão indígena brasileira? Uma reportagem desta edição se debruça sobre o problema, que se tornou agudo, nos últimos dias, com a morte de um índio terena em confronto com a polícia em Mato Grosso do Sul. A pergunta não tem resposta simples. Mas a reportagem deixa claro que a maneira como o governo define e enfrenta a questão indígena no Brasil é errada. Está na hora de tirar o problema do âmbito do Conselho Indigenista Missionários e das ONGs estrangeiras e tratá-lo como uma questão de estado norteadas pelo tema do marechal Rondon e pela insatisfatória mas realista visão dos irmãos Villas Bôas. Os índios precisam de proteção do estado para que não sejam usados como massa de manobra por manipuladores a quem mais interessam os mártires (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2325, p. 12).

Neste segundo texto, o principal domínio de avaliação a que pertencem os valores utilizados como procedimento argumentativo de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) é o *ético*. A *solidariedade*, a *justiça* e a *responsabilidade* aparecem como valores na apresentação do tema indígena no Brasil e a maneira como ele é tratado pelo governo:

A manutenção da vida e da saúde dos índios era uma obrigação do estado brasileiro em sua política de expansão das fronteiras civilizadas sobre terras habitadas pelas populações originais pré-cabralianas. A Rondon e aos irmãos Villas Bôas não escapava a melancólica sensação de inevitabilidade da

extinção ou, em um cenário benigno, da mutilação das culturas daqueles povos. Sempre foi trágico para o mais fraco o milenar encontro de populações em estágios díspares de desenvolvimento tecnológico (ed. nº 2325).

Já os principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) identificados são a *citação* e o *questionamento*. Cândido Rondon surge como uma figura testemunha de *um saber* em razão da autoridade indigenista que representa: “O grande marechal Cândido Rondon, que desbravava os rincões brasileiros, tinha como lema na colonização de terras indígenas o famoso ‘Morrer se for preciso; matar nunca’” (ed. nº 2325). Jared Diamond é mencionado como testemunho de *um dizer*, utilizado para destacar a exatidão da própria fala do locutor: “‘Quem carregava o aço, a pólvora ou os germes mais fortes dizimava o outro. Assim caminhou a humanidade desde seus tempos imemoriais’, escreveu o geógrafo americano Jared Diamond” (ed. nº 2325). Note-se, entretanto, que o uso do verbo *escrever* parece apresentar o geógrafo de maneira neutra, despretensiosa. Já o *questionamento argumentativo* é utilizado com a visada de *proposta de uma escolha*, correspondente a uma oferta feita ao interlocutor, qual seja, a de escolher a sua resposta à questão:

Qual a solução para a questão indígena brasileira? Uma reportagem desta edição se debruça sobre o problema, que se tornou agudo, nos últimos dias, com a morte de um índio terena em confronto com a polícia em Mato Grosso do Sul. A pergunta não tem resposta simples. Mas a reportagem deixa claro que a maneira como o governo define e enfrenta a questão indígena no Brasil é errada (ed. nº 2325).

O sujeito linguageiro busca estabelecer uma relação de aliança com o leitor através de avaliações que perpassam os valores acima mencionados, compartilhados socialmente. O seu “tom” se mostra associado a um perfil de alguém solidário, que se preocupa com o tratamento dado pelo governo aos povos indígenas. Mas, ao mesmo tempo, alguém que não questiona nem se opõe às ações de inserção nos territórios ocupados pelos índios, apenas reconhece que não existe justiça no “processo civilizatório” de tais povos: “A conclusão é que não existe política indigenista justa para os índios” (ed. nº 2325).

Assim, ele desaprova a postura do governo de Dilma Rousseff em relação à questão indígena no país. A voz discursiva parece querer causar no destinatário um sentimento de descontentamento, enfatizando o problema ocorrido com o índio morto como algo sobre o qual, de certo modo, o governo tem parcela de culpa:

Está na hora de tirar o problema do âmbito do Conselho Indigenista Missionário e das ONGs estrangeiras e tratá-lo como uma questão de estado norteadas pelo tema do marechal Rondon e pela insatisfatória MS realista visão dos irmãos Villas Bôas. Os índios precisam de proteção do estado para que

não sejam usados como massa de manobra por manipuladores a quem mais interessam os mártires (ed. n° 2325).

O *anti-ethos* do sujeito discursivo pode ser identificado na recusa de certos grupos que, em um trabalho envolvendo os indígenas, estariam mesmo visando a utilizá-los a favor dos seus interesses. Trata-se do Conselho Indigenista Missionário (CIMI) e certas ONGs estrangeiras. O CIMI, ligado à Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), atua geralmente em manifestações e movimentos sociais de maneira coligada à Central Única dos Trabalhadores (CUT), ao Partido dos Trabalhadores (PT), ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST) e grupos afins. Podemos sugerir a recusa de um perfil que, no Brasil, é associado à esquerda política, tanto na recusa dessas organizações quanto na indicação de que o governo de Dilma Rousseff não enfrenta corretamente a questão indígena.

Os dois últimos artigos se referem ao tema das manifestações populares ocorridas naquele mês. Nota-se uma diferença em relação à percepção do locutor sobre os manifestantes de um texto para outro. O primeiro parece confuso com o que está acontecendo, utiliza certo tom jocoso ao tentar identificar e explicar o que querem os jovens que foram às ruas, ainda que não descarte totalmente suas reivindicações. O segundo toma uma posição mais favorável aos protestos.

Eles querem dizer alguma coisa

Uma reportagem especial desta edição se dispõe a explicar o que querem os jovens brasileiros que estão vandalizando as ruas a pretexto de lutar contra o aumento de 20 centavos nas passagens urbanas. Eles querem protestar. São donos de uma indignação difusa contra o “sistema” e pregam que um “outro mundo é possível”. Nisso são iguais aos jovens americanos que em 2011 protagonizaram uma furiosa mas meteórica revolta urbana contra o capital financeiros (“Ocupe Wall Street”). Eles se parecem com os estudantes ingleses que, também há dois anos, barricaram o centro de Londres em protesto contra a cobrança de algumas taxas nas universidades, que até 1997 eram inteiramente gratuitas.

Eles têm em comum principalmente o fato de pertencer às classes médias e ricas de seus respectivos países. Uma pesquisa mostrou que a renda média anual dos participantes do movimento contra Wall Street era de mais de 80000 dólares. O símbolo máximo dos militantes pela universidade gratuita de Londres foi Charles Gilmour, filho do milionário

guitarrista da lendária banda de rock Pink Floyd e, claro, com dinheiro familiar bastante para custear as mais caras universidades do planeta. Os repórteres de VEJA entrevistaram dezenas de jovens nas ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro que, candidamente, confessaram nunca andar de ônibus, mas protestavam mesmo assim em nome de suas empregadas domésticas. Fosse esse mesmo o caso, seria mais eficiente pedir aos pais um aumento de salário para elas.

Uma lição valiosa, porém, é a de que esses surtos de indignação da juventude sempre guardam uma razão real escondida atrás dos cartazes com dizeres desconexos e palavras de ordem utópicas. Eles não podem ser simplesmente descartados como arroubos naturais daquela idade em que, como dizia o ditado, sobra força e falta sabedoria. Tampouco ajuda enxergar esses jovens apenas como massa de manobra de partidos radicais. É muito útil tentar decifrar quais são as verdadeiras frustrações extravasadas violentamente por eles nas ruas das grandes cidades brasileiras. A reportagem de VEJA que começa na página 82 contribui para isso (Carta ao leitor. VEJA, edição n° 2326, p. 12).

Sem medo do novo

As manifestações de rua da semana passada mostraram de modo inequívoco que estão quebrados os canais de comunicação de imensa porção da sociedade brasileira com as instituições que deveriam representá-la. Não era novidade para ninguém que o distante planeta Planalto, a Brasília da Fantasia, vinha se tornando, governo após, governo, uma entidade divorciada do Brasil real e focada apenas na arrecadação da maior carga fiscal entre os países emergentes. O susto maior foi descobrir nos cartazes e nas palavras de ordem gritadas nas manifestações que a insatisfação é muito mais profunda e generalizada do que qualquer um poderia prever.

O choque realmente perturbador pegou em cheio os partidos de esquerda, e em especial o PT, que se consideravam donos das ruas. Não são. As ruas brasileiras hoje pertencem aos brasileiros que não se sentem representados por essas legendas e que fizeram questão de obrigar os militantes do PT, do PSOL, e de outras agremiações a baixar suas bandeiras quando tentaram participar dos protestos. Na quinta-feira passada, sindicalistas da CUT foram vigorosamente afastados de uma passeata no

Rio de Janeiro quando, obedecendo as ordens do ex-presidente Lula, quiseram se passar por manifestantes. Na Avenida Paulista, o coração de São Paulo, a mesma rejeição foi dirigida a petistas tarefeiros que, obedientes ao chamamento da direção nacional, imaginaram poder se misturar ao demais, fingindo comungar da indignação feral com a corrupção, a impunidade e os gastos públicos de péssima qualidade. Foram violentamente lembrados de que estão no poder. São, portanto, alvo da indignação.

Os brasileiros que estão indo às ruas não admitem mais ser usados como massa de manobra por partidos e políticos profissionais. Alguns exibiram cartazes com dizeres anarquistas, como o que proclamava que “o povo unido não precisa de partido”. A primeira reação é lembrar a total inviabilidade de um modelo político em que o poder é exercido diretamente pelas ruas. Isso leva ao caos, e este à miséria moral e econômica. Mas, neste momento, o imperativo é ouvir as ruas e esperar que essa energia pura seja canalizada para a construção de instituições mais representativas dos anseios populares legítimos. O erro fatal agora é fechar os ouvidos. É temer o novo (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2327, p. 13).

Os principais domínios de avaliação percebidos (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) são o *ético*, o *pragmático* e o *ético e pragmático*. No domínio do *ético*, tem-se a *responsabilidade* como destaque, por colocar em cheque as motivações dos manifestantes e por questionar a participação de certos grupos, conforme trechos a seguir:

Eles têm em comum [os jovens brasileiros que foram às *Jornadas de Junho*, os jovens que americanos que participaram do *Ocupe Wall Street* em 2011 e os jovens ingleses que protestaram no mesmo ano contra a cobrança de algumas taxas nas universidades] principalmente o fato de pertencer às classes médias e ricas de seus respectivos países. [...] Os repórteres de VEJA entrevistaram dezenas de jovens nas ruas de São Paulo e do Rio de Janeiro que, candidamente, confessaram nunca andar de ônibus, mas protestavam mesmo assim em nome de suas empregadas domésticas. Fosse esse mesmo o caso, seria mais eficiente pedir aos pais um aumento de salário para elas (ed. nº 2326).

O choque realmente perturbador pegou em cheio os partidos de esquerda, e em especial o PT, que se consideravam donos das ruas. Não são. As ruas brasileiras hoje pertencem aos brasileiros que não se sentem representados por essas legendas e que fizeram questão de obrigar os militantes do PT, do PSOL, e de outras agremiações a baixar suas bandeiras quando tentaram participar dos protestos (ed. nº 2327).

De certa forma, a postura dos jovens é desaprovada. Sua falta de coerência e a inconsequência de seus atos e palavras conformam uma conduta que o locutor não considera a mais adequada. Mesmo assim, mostrando-se cauteloso, ele demonstra que pode haver algo de relevante na percepção da juventude em relação ao estado de coisas na sociedade em que vivem. Assim, o principal valor *pragmático* de sua avaliação é o da *singularidade* percebida na *diferença* em relação à norma de comportamento considerada ideal pelo locutor: “Uma lição valiosa, porém, é a de que esses surtos de indignação da juventude sempre guardam uma razão real escondida atrás dos cartazes com dizeres desconexos e palavras de ordem utópicas” (ed. nº 2326). Outro trecho indica ainda essa *singularidade* como um *modelo de não comportamento*:

Alguns exibiram cartazes com dizeres anarquistas, como o que proclamava que “o povo unido não precisa de partido”. A primeira reação é lembrar a total inviabilidade de um modelo político em que o poder é exercido diretamente pelas ruas. Isso leva ao caos, e este à miséria moral e econômica (ed. nº 2327).

A *comparação por semelhança* e a *descrição narrativa* são os principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) identificados. No terceiro texto, o locutor faz aquela comparação citada anteriormente entre os manifestantes brasileiros e os americanos e ingleses, usando vocábulos lexicais de correspondência entre eles:

Nisso são *iguais* aos jovens americanos que em 2011 protagonizaram uma furiosa mas meteórica revolta urbana contra o capital financeiro (“Ocupe Wall Street”). Eles se *parecem* com os estudantes ingleses que, também há dois anos, barricaram o centro de Londres em protesto contra a cobrança de algumas taxas nas universidades, que até 1997 eram inteiramente gratuitas. Eles *têm em comum* principalmente... (ed. nº 2326, grifo nosso).

Já a *descrição narrativa* do último artigo produz um *efeito de exemplificação* em relação ao que o locutor acabara de dizer sobre o “choque realmente perturbador [que] pegou em cheio os partidos de esquerda”, descrevendo fatos que comprovam sua fala: “Na quinta-feira passada, sindicalistas da CUT foram vigorosamente afastados de uma passeata no Rio de Janeiro [...]. Na Avenida Paulista, o coração de São Paulo, a mesma rejeição foi dirigida a petistas tarefeiros...” (ed. nº 2327).

Além da voz do locutor, nas *Cartas* surge a voz dos manifestantes através do uso do *discurso indireto livre*, onde a fala do manifestante invade a fala do narrador, ressalta as suas peculiaridades de fala e de expressão, chamando atenção para certos traços do falante (FIORIN, 1989; MAINGUENEAU, 1997): “São donos de uma indignação difusa contra o ‘sistema’ e pregam que um ‘outro mundo é possível’” (ed. nº 2326); “[...] candidamente, confessaram nunca andar de ônibus, mas protestavam mesmo assim em nome de suas empregadas domésticas” (ed. nº 2326). O uso do verbo *confessar* indica um ponto de vista atribuído ao

enunciador (CHAROLLES *apud* MAINGUENAU, 1997), neste caso os manifestantes, que mesmo participando dos protestos contra o aumento das passagens, escondiam algo que demonstraria uma contradição em seu comportamento, o fato de nunca andarem de ônibus.

No terceiro artigo, a aplicação das aspas em “sistema” e “outro mundo é possível” aponta as palavras utilizadas diretamente pelos manifestantes, mas também indica uma ironia por parte do locutor, que depois menciona os “cartazes com dizeres desconexos e palavras de ordem utópicas”. Tais expressões são bastante utilizadas por jovens que se dizem como revolucionários, onde o “sistema” aparece como uma entidade a ser combatida. No segundo, o narrador quer evidenciar aquela contradição, além de mostrar que fazem parte de uma classe cujo poder econômico permite a contratação de empregadas domésticas. Ou seja, parece indicar que os manifestantes estão desconectados com as suas próprias reivindicações.

O locutor tenta uma relação de aliança com o leitor colocando-se como alguém que está confuso no que diz respeito às manifestações, mas que buscou investigar a fim de esclarecê-lo:

[...] esses surtos de indignação da juventude sempre guardam uma razão real escondida atrás dos cartazes [...]. É muito útil tentar decifrar quais são as verdadeiras frustrações extravasadas violentamente por eles nas ruas das grandes cidades brasileiras. A reportagem de VEJA que começa na página 82 contribui para isso (ed. nº 2326).

Portanto, o *ethos* identificado é de alguém preocupado com os acontecimentos sociais do país e preocupado com o leitor que, possivelmente, também esteja confuso com as manifestações. Além disso, está atento às manifestações da juventude, que podem indicar a percepção de problemas de ordem social e política, ainda que contraditória e confusa pelos traços da própria fase etária. Pode-se sugerir um *anti-ethos* percebido na negação de uma postura que trate os jovens manifestantes como totalmente desprovidos de razão e como massa de manobra de partidos radicais. Esta negativa pode ser interpretada como a tentativa de desassociar os manifestantes da figura de certos partidos de esquerda, normalmente associados a manifestações mais enfáticas (como o Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado – PSTU), inclusive o partido do governo de então, o PT. Isso fica mais claro no último artigo deste grupo. Há uma tentativa do locutor de colocar-se ao lado dos manifestantes, ao menos de certa forma. Ele enfatiza que os protestos surpreenderam tais partidos e diz que “o erro fatal agora é fechar os ouvidos. É temer o novo” (ed. nº 2327). Vê-se certa aprovação das manifestações em criticar o governo. Eis o motivo de determinada diferença percebida entre a sua forma de tratar do tema em um texto e outro, de uma semana para outra.

Através daquele pequeno indicativo da voz dos manifestantes demonstrada na utilização das aspas para mostrar o dizer do cartaz, aliado ao comentário acerca da hostilidade dos manifestantes em relação àqueles identificados como do PT, do PSOL, da CUT, nota-se uma interpretação de que os jovens que foram às ruas não se identificam com tais grupos, que são, na verdade, alvos de seus protestos. Ou seja, os problemas criticados em tais manifestações são associados a estas legendas. “Foram violentamente lembrados de que estão no poder. São, portanto, alvo da indignação” (ed. nº 2327). Ainda, como se pode verificar no trecho que menciona o cartaz, o uso de “proclamava” atribui certa hierarquia ao enunciador (CHAROLLES *apud* MAINGUENAU, 1997), neste caso, uma posição de superioridade do povo em relação aos partidos políticos como um todo.

Quando aparecem as vozes dos “partidos de esquerda, e em especial o PT” (ed. nº 2327), são utilizados os verbos “consideravam” e “imaginaram”. Ambos indicam valores positivos no que se refere a um julgamento pessoal fundado na experiência, uma experiência da própria coisa e a colocação de uma etiqueta sobre algo que ainda não havia sido cunhado (CHAROLLES *apud* MAINGUENAU, 1997). O locutor utiliza tais verbos para enfatizar que as manifestações realmente perturbaram tais partidos que se “consideram donos das ruas” e “imaginaram poder se misturar aos demais”, indicando que eles utilizaram de sua experiência a fim de querer colocar-se em papel de destaque nestas manifestações. E que, em contrapartida, os protestantes os “lembraram” do seu novo lugar nos protestos.

Ao mesmo tempo, é preciso destacar o cuidado do locutor com os elementos anarquistas notados nas manifestações, demonstrando um *ethos* desfavorável a tal postura ideológica. Tem-se, portanto, a voz de alguém que defende determinada ordem através de uma democracia fortalecida nas instituições representativas e na saúde econômica, pois coloca a miséria moral ao lado da miséria econômica como resultados de um modelo anarquista, como visto no trecho citado anteriormente. Daí, podemos compreender certa cautela no tratamento do assunto, resultando na diferenciação percebida entre as duas *Cartas*. A revista demora um pouco a publicar algo sobre as manifestações, que já ocorriam desde maio e que se fortaleceram em junho, tentando entender toda situação e fazendo suas análises sobre como reportá-la de maneira coerente e até adequada a sua própria postura.

A partir dessa análise, podemos identificar certas estratégias linguísticas típicas de construção simbólica que podem indicar alguns modos de operação ideológica (THOMPSON, 1995), tais como:

- a *legitimação* através da *universalização*, na fala de Giancarlo Civita (ed. nº 2324), visto que “educação” e “liberdade de expressão” são apresentadas como sendo de interesse de

todos. Embora sejam assuntos de amplo interesse nacional, principalmente pelo histórico de censura instaurada pelo regime militar, são tratados de maneiras distintas pelas correntes políticas que tentam governar o país. Portanto, parece tratar-se da sua maneira de compreender os temas. Mas que maneira seria essa?

- a *fragmentação* através do *expurgo do outro*, quando percebemos a construção de um inimigo comum que representa uma ameaça, contra a qual lutam os jovens manifestantes, que não são “massa de manobra de partidos radicais” e que rejeitaram os militantes do PT, PSOL e CUT durante os protestos (ed. nº 2325, nº 2326 e nº 2327). Diz respeito a uma ameaça política de esquerda, conforme o *anti-ethos* acima identificado.

A temática da *nação* está presente e diluída em todos os artigos deste grupo. Uma *comparação com o Outro* pode ser vista quando são equiparadas as manifestações brasileiras, norte-americanas e inglesas, cujos participantes pertenceriam, principalmente, às classes médias e ricas dos seus países. Isto não tornaria descartáveis suas reivindicações, mas aponta algumas contradições comuns entre esses jovens, indicando a desconexão entre as suas realidades econômicas e os seus discursos. Uma outra comparação é feita, ou uma falsa comparação por se tratar apenas de um destaque, quando o Brasil é mencionado como o país de maior carga fiscal entre os países emergentes, cuja arrecadação é o principal foco da administração. Ou seja, dentre os países que estariam em patamar próximo no quesito desenvolvimento econômico e social, o Brasil seria um lugar que destoaria em relação aos recolhimentos tributários.

Como *diagnóstico acerca da realidade brasileira*, verificamos a descrição de um país em meio a uma crise política e social, percebida nas manifestações de uma juventude um pouco perdida e violenta que extravasa suas frustrações nas ruas das cidades (ed. nº 2326 e nº 2327). Segundo o locutor de *Veja*, trata-se de uma insatisfação “muito mais profunda e generalizada do que qualquer um poderia prever” (ed. nº 2327): um descontentamento popular principalmente com o governo do PT e com os partidos de esquerda, mas também com os partidos e políticos de forma geral. O Brasil seria um país onde os representantes do povo estariam totalmente desligados dos representados, em uma relação na qual o diálogo parece impossível. Destaque-se a presença da expressão “massa de manobra” em três dos quatro textos deste grupo (ed. nº 2325, 2326 e 2327). O seu uso indica, respectivamente: a manipulação da população indígena por grupos como o CIMI e ONGs estrangeiras, a manipulação dos jovens por partidos radicais e de todos os brasileiros por partidos e políticos profissionais. Como vimos, as construções discursivas apontam para os grupos ligados à esquerda política como os principais “vilões” neste contexto.

Já quanto a uma *ideia acerca do futuro*, *Veja* indica como caminho a oitiva desta nação que clama e a construção de instituições mais representativas do povo. E, para isto, é preciso mudança, pois o “erro fatal” seria “temer o novo” (ed. nº 2327). Considerando que a gestão do PT teria confirmado o divórcio do governo federal com a realidade da população, a mudança deve implicar a sua saída da instância máxima de poder. O caminho envolve o fortalecimento da democracia representativa, a melhoria da educação e da qualidade de vida dos brasileiros, a liberdade de expressão como ferramenta de cidadania.

Nesta seção, percebemos uma mídia que procura se inserir na esfera pública de maneira bastante oportuna. Se de início ela se colocou, de certa forma, contrária às manifestações populares, depois ela parece ter percebido a sua dimensão, grande demais, ou interessante demais, para se colocar de forma antagônica. Se é verdade que as redes sociais formaram uma “nova esfera pública”⁷⁷, diferente da de Habermas (2014), a grande mídia precisava reagir para não perder mais espaço. Principalmente, quando as críticas caíram sobre um governo cujos ideais são opostos aos seus.

5.2 Copa do Mundo de 2014

Alvo de críticas durante os protestos iniciados em 2013, a Copa do Mundo do ano seguinte é um evento conectado intimamente à nossa identidade brasileira. Futebol, cultura, pensamento e ideologia estiveram sempre ligados na nossa formação histórica e social. Nosso destaque mostra ao mundo nossas qualidades e, na medida em que desempenhamos mal nossa maior virtude, sentimos uma espécie de “ferida moral” doendo e rememorando a derrota da Copa de 1950. Sendo sediada no Brasil, a Copa toma maior relevância mundial, por estar no único país pentacampeão, e maior peso para nossa nação, pois seremos anfitriões da maior disputa do esporte que nos define (ao menos em parte).

Este grupo do *corpus* é composto por sete *Cartas*: “*Todo o poder aos soviets*” (de 11/06/2014, ed. nº 2377, p. 12), *VAI TER COPA* (de 11/06/2014, ed. especial nº 2377, p. 15), *O Congresso resiste* (de 18/06/2014, ed. nº 2378, p. 13), *A autofagia da civilização* (de 25/06/2014, ed. nº 2379, p. 11), *O plano que salvou o Brasil* (de 02/07/2014, ed. nº 2380, p. 14), *Quem não jogar já perdeu* (de 09/07/2014, ed. nº 2381, p. 13) e *A derrota indelével* (de

⁷⁷ Como mencionado no capítulo sobre a metodologia, as redes sociais foram indicadas por muitos trabalhos como fator de articulação e de mobilização para tais eventos, apresentando-as como elemento inédito em meio às manifestações populares (RUEDIGER, MARTINS LUZ & GRASSI, 2014; SANTOS, NETO & PAIVA, 2014; FERREIRA, 2015).

16/07/2014, ed. n° 2382, p. 13). Dois desses textos relacionam-se ao tema escolhido como central desta reunião e um apenas faz-lhe referência.

Em seis deles, exceto o da edição n° 2381, o locutor aparece implícito no uso da terceira pessoa, reforçando aquela ideia de impessoalidade e objetividade observada nos analisados anteriormente. Isto também pode ser percebido quando o locutor menciona a revista utilizando a terceira pessoa do singular. Tratando-a como o *outro* que não participa da relação entre o *eu-tu* (*locutor-interlocutor*) da fala (BENVENISTE, 1966). “Em algumas poucas ocasiões, *VEJA* *voltou* em uma Carta ao Leitor ao mesmo tema da anterior. É o caso agora” (ed. n° 2378, grifo nosso); “Nas próximas páginas, *VEJA homenageia* a história e os heróis do único país cinco vezes campeão mundial e apresenta o mais completo guia para acompanhar as 64 partidas da competição” (ed. especial n° 2377, grifo nosso). Parece que a própria revista é tratada como uma entidade para a qual o “nós da redação” trabalha, e não como o resultado de seus esforços empreendidos no interior de uma empresa de mídia. Aliado à colocação em terceira pessoa, o uso da *prosopopeia*⁷⁸ nos permite a interpretação de que *Veja* aparece como uma figura de autoridade: a *não-pessoa discursiva* que age *como pessoa* e dá as cartas sobre a relação *locutor e interlocutor*.

Na edição n° 2381, o locutor utiliza a primeira pessoa do plural: “Agora, o jogo, embora menos emocionante e mais chato (o melhor programa eleitoral perderia de goleada em audiência para a pior partida da Copa), é muito mais decisivo para o futuro de cada um de *nós*, brasileiros” (grifo nosso). Trata-se de uma maneira de demarcar o seu *lugar* de fala próximo à população brasileira e, principalmente, ao leitor, unindo-os em um pronome que comporta mais de uma pessoa. Com isso, também se coloca, de certa forma, como porta-voz da nação brasileira, em nome da qual se permite falar.

Ainda que desta vez tenha utilizado o *nós* dessa maneira, o seu leitor é percebido como o *interlocutor* que precisa do seu fazer jornalístico para manter-se informado: “Uma reportagem desta edição de *VEJA revela...*” (ed. n° 2377, grifo nosso); “Uma reportagem desta edição de *VEJA mostra...*” (ed. n° 2378, grifo nosso); “Como *mostra* a reportagem de *VEJA...*” (ed. n° 2379, grifo nosso); “Para que os erros capitais cometidos há 100 anos possam ser evitados, eles precisam ser *conhecidos*. Esse é o objetivo da reportagem que começa na página 53” (ed. n° 2379, grifo nosso); “A reportagem de *VEJA* tem o objetivo de fazer uma primeira *apresentação* dos candidatos. [...] *VEJA* planeja *dar* a *você, leitor*, as informações jornalísticas relevantes, contribuindo para que sua decisão em quem votar possa ser feita com sabedoria” (ed. n° 2381,

⁷⁸ Ou seja, a atribuição de qualificações ou funções que têm o traço humano a um ator que tem o traço não-humano (FIORIN, 1989, p. 88-91).

grifo nosso). Este último trecho mostra a primeira e única vez que o locutor se refere diretamente ao seu destinatário utilizando um vocativo. Note-se que todos os verbos grifados indicam a intenção da revista de *fazer saber* o leitor, dar-lhe o recurso necessário para que esteja ciente e consciente dos fatos ocorridos no seu mundo. Portanto, o seu *lugar*, para além de ser o Brasil, de forma ampla, é o lugar restrito da instância de produção midiática, aquela que fornece as informações e, ao mesmo tempo, procura criar a necessidade do consumo do seu produto, entregue ao destinatário semanalmente.

Eis também o seu *tempo discursivo*, sempre o *agora*, indicado nos acontecimentos atuais que determinam os temas de suas reportagens. As *Cartas* deste grupo tratam sobre o Decreto Federal nº 8.243 (proposta de criação da Política Nacional de Participação Social e do Sistema Nacional de Participação Social), que estava tramitando no governo naquele ano, a Copa do Mundo FIFA e as eleições presidenciais. Dentre os sete textos, dois têm como tema central acontecimentos do passado: a Primeira Guerra Mundial e a instituição do Plano Real. Entretanto, eles são utilizados em razão de eventos atuais, respectivamente, o centenário do início daquela guerra e as eleições presidenciais.

“Todo o poder aos soviets”

Uma reportagem desta edição de VEJA revela como Henrique Alves, presidente da Câmara dos Deputados, está se virando para lidar com o mais ousado e direto ataque à democracia representativa em dez anos de poder petista no Brasil, o decreto nº 8243, que cria a “Política Nacional de Participação Social” e o “Sistema Nacional de Participação Social”. Um grande perigo se esconde sob essas denominações inofensivas. Alves poderia ter submetido uma proposta de anulação do monstro a votação em regime de urgência. Temeroso, porém, de se indispor com o Executivo e perder o apoio que Dilma Rousseff lhe prometeu na campanha eleitoral no Rio Grande do Norte, optou pela via do convencimento. Alves vai tentar persuadir o governo a voltar atrás em sua ruinosa iniciativa. É melhor para que o Brasil tenha êxito. O decreto recebeu a condenação pública de dezenas de juristas. Até mesmo a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), sempre obediente aos desígnios do PT, se insurgiu contra a peça enviada ao Congresso. Com ela, o governo propõe que “todos os órgãos da administração pública direta ou indireta” tenham em suas instâncias decisivas conselhos formados por integrantes da “sociedade civil”. Ou seja, os

ministérios, as estatais, as agências reguladoras, as prefeituras, os órgãos policiais e até mesmo as Forças Armadas deverão ter conselhos formados por “cidadãos, os coletivos, os movimentos sociais institucionalizados ou não institucionalizados, suas redes e suas organizações”. Aqui, mais uma vez, a falsa inocência disfarça a estratégia de integrar o comando da máquina do Estado ao que os ideólogos de esquerda chamam de “movimentos sociais”, grupos atrelados principalmente ao PT, a cuja ideologia servem e a cujas ordens obedecem.

Se o decreto passar, sem terem recebido um único voto nas urnas, o MST ganhará o direito de exigir assento no Alto-Comando do Exército, o Conselho Indigenista Missionários (Cimi) de questionar se a Itaipu pode continuar gerando energia ou se deve começar a se dedicar à produção de flechas; já as medievais Ligas Camponesas vão palpar nas linhas de pesquisa da Embrapa. É dessa aberração que se trata. Novidade no Brasil, esse golpe mortal nas instituições é manobra consagrada nos nossos infelizes vizinhos caídos nas garras dos ditadores bolivarianos.

Basta um pouco de conhecimento histórico para perceber a raiz oblíqua do decreto. É uma tentativa canhestra de imitar a União Soviética,

que, como o próprio nome informa, se organizou como um conjunto de conselhos, ou soviets, em russo. A palavra de ordem propagada por Lênin, líder da facção bolchevique (que, aliás, significa Campo Majoritário, a denominação escolhida pelo grupo comandado por José Dirceu no PT), era “Todo o poder aos soviets”. Foi a senha para que os comunistas esmagassem as instituições e conquistassem o poder total – ou a hegemonia,

palavra que, não por acaso, aparece em quase todos os documentos do PT.

Que os radicais façam das suas no PT, não é novidade. A perplexidade vem do fato de Dilma ter assinado um decreto que contraria frontalmente sua pregação e, sobretudo, sua atuação democrática como presidente. A única explicação plausível é que ela se viu obrigada a trair suas convicções e ceder à pressão daqueles que nada esqueceram e nada aprenderam (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2377).

Como procedimento argumentativo de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236), identificamos valores correspondentes ao domínio de avaliação do *ético* e do *ético e pragmático*. Os valores *éticos* são o da *responsabilidade*, o da *lealdade* e o da *fidelidade*, percebidos na crítica à assinatura do Decreto Federal nº 8.243 por Dilma Rousseff:

A perplexidade vem do fato de Dilma ter assinado um decreto que contraria frontalmente sua pregação e, sobretudo, sua atuação democrática como presidente. A única explicação plausível é que ela se viu obrigada a trair suas convicções e ceder à pressão daqueles que nada esqueceram e nada aprenderam (edição nº 2377).

Já as avaliações do domínio *ético e pragmático* incluem valores que perpassam a *organização racional da vida* (*trabalho, sucesso, mérito*), percebidos na crítica ao tipo de governo que se estaria tentando implementar com tal decreto, já testado na União Soviética (*pragmático*) e que não serve de modelo, segundo o locutor:

Basta um pouco de conhecimento histórico para perceber a raiz oblíqua do decreto. É uma tentativa canhestra de imitar a União Soviética, que, como o próprio nome informa, se organizou como um conjunto de conselhos, ou soviets, em russo. A palavra de ordem propagada por Lênin, líder da facção bolchevique (que, aliás, significa Campo Majoritário, a denominação escolhida pelo grupo comandado por José Dirceu no PT), era “Todo o poder aos soviets”. Foi a senha para que os comunistas esmagassem as instituições e conquistassem o poder total – ou a hegemonia, palavra que, não por acaso, aparece em quase todos os documentos do PT (ed. nº 2377).

Os principais procedimentos discursivos utilizados para produzir efeitos de persuasão (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) são a *reiteração*: “Aqui, *mais uma vez*, a falsa inocência disfarça a estratégia de integrar o comando da máquina do Estado ao que os ideólogos de esquerda chamam de ‘movimentos sociais’, grupos atrelados principalmente ao PT, a cuja ideologia servem e a cujas ordens obedecem” (ed. nº 2377, grifo nosso); e a *definição*, como se pode ver no trecho acima quando o locutor define que o decreto é uma tentativa de imitar a União Soviética. Ainda em outra passagem: “Novidade no Brasil, *esse golpe mortal nas instituições* é manobra consagrada nos nossos infelizes vizinhos caídos nas garras dos ditadores

bolivarianos” (ed. nº 2377, grifo nosso). Trata-se de uma distinção de sentido em torno da noção de “soviete”, alertando para os possíveis problemas que o decreto pode trazer para o país: “[...] *o mais ousado e direto ataque à democracia representativa em dez anos de poder petista no Brasil...*” (ed. nº 2377, grifo nosso).

O locutor parece tentar estabelecer uma aliança com o destinatário, procurando demonstrar que sua postura é a de alguém preocupado com o Brasil e o seu desenvolvimento. Trata-se de uma voz defensora da democracia representativa e que iguala a iniciativa de criar uma “Política Nacional de Participação Social” ao que realizou a União Soviética, organizada como um conjunto de conselhos e considerada pelo locutor como uma facção. Tentar reverter a implantação do decreto seria, na sua opinião, “[...] melhor para que o Brasil tenha êxito” (ed. nº 2377). Mostra-se, portanto, como alguém contrário ao modelo socialista/comunista, que haveria terminado com as instituições democráticas e tornou-se totalitário, sendo repetido pelos países latino-americanos que seguiram os ideais bolivarianos.

Como *anti-ethos*, poderíamos identificar alguém dissimulado e disfarçado, que utilizaria de eufemismos⁷⁹ para conceder o poder a determinados grupos aliados – no caso, representado por Dilma Rousseff, enquanto governante do PT: “Um grande perigo se esconde sob essas *denominações inofensivas*” (ed. nº 2377, grifo nosso); “[...] *a falsa inocência disfarça* a estratégia de integrar o comando da máquina do Estado ao que os ideólogos de esquerda chamam de ‘movimentos sociais’, grupos atrelados principalmente ao PT, a cuja ideologia servem e a cujas ordens obedecem” (ed. nº 2377, grifo nosso). Além disso, mais uma marca do *anti-ethos* seria a contradição, demonstrada na traição de suas próprias convicções e na cedência às pressões de certos grupos, como se pode verificar no trecho mencionado anteriormente.

VAI TER COPA

Na primeira edição do ano de VEJA, o jornalista e escritor Sérgio Rodrigues, colaborador da revista, resumiu o sentimento do país em relação à Copa do Mundo que começa na próxima quinta-feira, 12 de junho, com Brasil e Croácia, no Itaquerão. “Pela primeira vez, vencer nos gramados não será suficiente. Mesmo ganhando, corremos o risco de perder”, escreveu Rodrigues. “De forma incomparavelmente mais desafiadora do que em 1950, quando o Mundial da Fifa era um certame

paroquial comparado à superprodução de hoje, será preciso vencer nos aeroportos, nos hotéis, nos táxis, nas filas diante dos estádios e na segurança – em resumo, na organização – um jogo em que o placar já foi aberto e nos é amplamente desfavorável”.

Não podemos, portanto, fechar os olhos para o que acontecerá fora dos estádios. A Fifa, com seu padrão de qualidade, até gostaria de ver o torneio encapsulado nos estádios. No entanto, existe um país ao redor, e não há como apartá-lo. Mas a magia de um gol em Copa, das vitórias gloriosas e das derrotas dramáticas, é

⁷⁹ Figura linguística através da qual são mascaradas ideias desagradáveis utilizando nomes que não lhes são próprios e que as tornam, em aparência, mais agradáveis ou o que determinar a necessidade (ver verbete “Eufemismo”, in: CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, 2006).

tão extraordinariamente avassaladora que seria um erro deixar de celebrar a grande festa do futebol. Nas próximas páginas, VEJA homenageia a história e os heróis do único país cinco vezes campeão mundial e apresenta o mais completo guia para acompanhar as 64

partidas da competição. É uma edição para seguir os jogos e depois guardar, uma peça de colecionador em torno de um dos temas definidores de nossa cultura e sociedade: o futebol (Carta ao leitor. VEJA, edição especial nº 2377 – especial).

Este é um dos textos da série que trata da Copa do Mundo e que compõe uma edição especial sobre o tema. Desta vez, os valores utilizados como procedimento argumentativo de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) pertencem ao domínio do *hedônico*, visto que coloca como uma obrigação a celebração da festa do futebol, um erro não fazê-lo ainda que frente aos muitos problemas de organização que o Brasil enfrentava para a sua realização: “Mas a mágica de um gol de Copa, das vitórias gloriosas e das derrotas dramáticas, é tão extraordinariamente avassaladora que seria um erro deixar de celebrar a grande festa do futebol” (ed. nº 2377 – especial).

A *citação* e a *definição* são os principais procedimentos discursivos utilizados para persuadir o leitor (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). Trata-se de uma citação de um jornalista de *Veja* em publicação anterior da própria revista, o que poderíamos chamar de autocitação, portanto:

Na primeira edição do ano de VEJA, o jornalista e escritor Sérgio Rodrigues, colaborador da revista, resumiu o sentimento do país em relação à Copa do Mundo [...]: ‘Pela primeira vez, vencer nos gramados não será suficiente. Mesmo ganhando, corremos o risco de perder’, escreveu Rodrigues (ed. nº 2377 – especial).

A *definição* mencionada se refere a uma *definição de comportamento*, ao considerar errado deixar de celebrar a festa do futebol em razão dos problemas do país, visto que se trata de um traço característico do próprio brasileiro o gosto pelo esporte da Copa: “É uma edição para seguir os jogos e depois guardar, uma peça de colecionador em torno de *um dos temas definidores de nossa cultura e sociedade: o futebol*” (ed. nº 2377 – especial, grifo nosso). Essa fala se refere aos protestos ocorridos no ano anterior, onde uma das principais críticas foi voltada à realização do evento no país, momento no qual ficou bastante conhecida a expressão “Não vai ter Copa!”. Expressão esta que originou o título do texto: “Vai ter Copa”, indicando a referência às manifestações.

A marcante relação de aproximação que o locutor tenta estabelecer com o leitor fica demonstrada na apresentação de uma edição especial sobre a Copa do Mundo, “uma peça de colecionador”. Trata-se de alguém que, embora reconheça as dificuldades do país e os desafios enfrentados na organização do evento, não deixará de lado o esporte que o identifica enquanto

brasileiro. Temos, portanto, um *ethos* preocupado com a nação de uma forma ampla, que abrange seu aspecto cultural e seu aspecto administrativo. “Vai ter copa” significa que, ainda que reconheçamos a existência de todos os problemas que foram mencionados publicamente nas ruas, isso não nos impedirá da oportunidade de fazer este evento, esta “festa”. Da mesma maneira que com o carnaval, considerado por Roberto DaMatta (1986, p. 67-78) como “a viagem da rotina para o extraordinário”, necessária no nosso mundo social, momento em que se deixa de viver a vida como fardo e castigo e passa-se a vivê-la como fantasia. Podemos, então, inferir que o locutor considera esta capacidade de deixar de lado os seus problemas mais sérios e graves para festejar como um dos aspectos da identidade brasileira.

Ao mesmo tempo, “Vai ter Copa” significa uma visão diferente da dos manifestantes, pois indica que “seria um grande erro” deixar de celebrá-la. Enquanto aqueles protestavam que um evento deste porte não poderia ocorrer em um país com tantos problemas sociais e de administração pública, política e organização interna, para o locutor ela deve ocorrer. Trata-se de mais uma forma de discordar dos manifestantes ainda que reconheça a legitimidade de certas reivindicações. É uma maneira de demarcar um *lugar* de fala que não é o mesmo dos protestos. É, inclusive, uma maneira de dizer que “um outro Brasil é possível”. Que aqui existem problemas, mas que o futebol não o é, pois está relacionado ao que somos. Aqui, a revista procura se fortalecer frente a uma possível perda de audiência em meio a tantos protestos, já que a mídia, em geral, enfatiza e investe muito na Copa do Mundo, ganhando muita visibilidade como seu veículo.

O Congresso resiste

Em algumas poucas e graves ocasiões, VEJA voltou em uma Carta ao Leitor ao mesmo tema da anterior. É o caso agora. Permanece em foco nesta semana a iniciativa do governo de tentar implementar, por decreto, uma mudança de regime no Brasil. O decreto em questão estabelece a “Política Nacional de Participação Social” e o “Sistema Nacional de Participação Social”, que implicam a entrega de instâncias de poder a “conselhos populares” e, em última análise, se nada for feito, a desmoralização da democracia representativa, aquela em que os cidadãos mandam ao Parlamento pelo voto um certo número de deputados e senadores a quem se confia a missão de interpretar a vontade popular na formação das leis e políticas públicas. Onde esse tipo de ruptura institucional ocorreu, ela veio no bojo de revoluções e guerras civis sangrentas. Não há na história o

exemplo de um golpe dessa magnitude que tenha sido tentado por meio de um simples decreto.

Uma reportagem desta edição de VEJA mostra que, depois de um momento de perplexidade em que se tentou entender as intenções às claras e, principalmente, às escondidas, o Congresso Nacional reagiu à altura da ameaça. Henrique Alves, presidente da Câmara dos Deputados, exigiu do Executivo a imediata revogação da medida e, se isso não ocorrer, prometeu colocar em votação a proposta de anulação do decreto. Renan Calheiros, presidente do Senado, foi à tribuna reafirmar seu compromisso com a liberdade de expressão e a democracia, e disse: “Quem representa o povo é o Congresso”.

A objeção que possa surgir em razão da controversa vida política pregressa de Renan e de Henrique Alves não macula os gestos de resistência de ambos – e, como disse o escritor inglês Graham Greene, “nada a temer dos

políticos cujos pecados pertençam apenas ao passado”. Pode-se apontar a inocência, pois Renan e Alves são do PMDB, partido que, na semana passada, reconfirmou com Dilma Rousseff a aliança que significa a forma mais valiosa de apoio na campanha presidencial deste ano: 2 minutos e 18 segundos a mais de tempo na televisão para a candidata do PT. Mas quem tenta encontrar coerência na política partidária brasileira está procurando no lugar errado.

Fique registrado que, em vez de se paralisarem pela busca da perfeição de uma aliança sem arestas, os presidentes do Senado e da Câmara

agiram como se espera de representantes do povo. Nos dias de hoje pode parecer a coisa mais mezinha do mundo, mas a ideia de que o povo exerce o poder por meio de seus representantes foi uma das maiores conquistas da civilização. A democracia representativa teve na política os efeitos que a Revolução Industrial produziu na economia. Ambas livraram a humanidade de amarras que pareciam eternas – a escassez material e a guerra permanente de todos contra todos. Bulir por decreto em uma conquista tão valiosa não é um bom caminho (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2378).

A terceira *Carta* da série retoma o assunto da primeira, o Decreto Federal nº 8.243 assinado por Dilma Rousseff. Assim como nesse, os procedimentos argumentativos de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) envolvem os domínios de avaliação do *ético*, com os valores da *responsabilidade*, *lealdade* e *fidelidade*, e do *ético e pragmático*, na *organização racional da vida (trabalho, sucesso, mérito)*, percebidos na continuidade da crítica ao tipo de governo que se estaria tentando implementar com tal decreto, como se vê na passagem:

[...] implicam a entrega de instâncias de poder a “conselhos populares” e, em última análise, se nada for feito, a desmoralização da democracia representativa, aquela em que os cidadãos mandam ao Parlamento pelo voto um certo número de deputados e senadores a quem se confia a missão de interpretar e vontade popular na formação das leis e políticas públicas. *Onde esse tipo de ruptura institucional ocorreu, ela veio no bojo de revoluções e guerras civis sangrentas. Não há na história o exemplo de um golpe dessa magnitude que tenha sido tentado por meio de um simples decreto* (edição nº 2378, grifo nosso).

Desta vez, as avaliações *éticas* referem-se positivamente às posturas de Henrique Alves e Renan Calheiros, ambos do então PMDB e, respectivamente, presidente da Câmara dos Deputados e presidente do Senado à época:

Uma reportagem desta edição de VEJA mostra que, depois de um momento de perplexidade em que se tentou entender as intenções às claras e, principalmente, às escondidas, o Congresso Nacional reagiu à altura da ameaça.

[...]

Fique registrado que, em vez de se paralisarem pela busca da perfeição de uma aliança sem arestas [entre o PMDB e o PT], *os presidentes do Senado e da Câmara agiram como se espera de representantes do povo*. Nos dias de hoje pode parecer a coisa mais mezinha do mundo, mas a ideia de que o povo exerce o poder por meio de seus representantes foi uma das maiores conquistas da civilização (edição nº 2378, grifo nosso).

A citação, a *definição* e a *descrição narrativa* são os principais procedimentos discursivos utilizados como ferramentas de persuasão (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). Trata-se de uma *definição* em torno de uma *noção*, qual seja, a do que propõe o decreto (comparado ao modelo dos soviets): “O decreto em questão estabelece a ‘Política Nacional de Participação Social’ e o ‘Sistema Nacional de Participação Social’, que *implicam a entrega de instâncias de poder a ‘conselhos populares’* e, em última análise, se nada for feito, *a desmoralização da democracia representativa...*” (ed. nº 2378, grifo nosso). E, também, uma *definição de comportamento*, indicando um erro por parte de Dilma: “Bulir por decreto em uma conquista tão valiosa *não é um bom caminho*” (ed. nº 2378, grifo nosso).

Já a *descrição narrativa* é verificada na forma como o locutor conta brevemente o que sucedeu a partir da assinatura do decreto, o seu encaminhamento ao Congresso e a reação dos presidentes das suas casas, como se pode ver no trecho mencionado acima sobre a reação da Câmara e do Senado. Trata-se de uma “*contação de uma história*” a fim de reforçar a contrariedade do locutor em relação ao decreto.

A *citação* aparece na voz de Renan Calheiros, utilizada como *fonte de verdade*, *testemunho de um dizer*, para destacar a exatidão da opinião do locutor, e *de um saber*, por sua autoridade em razão do cargo que ocupava: “Renan Calheiros, presidente do Senado, foi à tribuna reafirmar seu compromisso com a liberdade de expressão e a democracia, e disse: ‘Quem representa o povo é o Congresso’”. O verbo *dizer* que antecede a fala de Renan parece um recurso que tira o peso do procedimento argumentativo, apontando certa neutralidade na fala deste enunciatador (CHAROLLES *apud* MAINGUENAU, 1997), como uma forma de apresentá-la como pura expressão da verdade que confirma a posição do locutor. Essa referência aparece como uma ideia de que existem aliados na defesa da democracia e que eles estão onde deveriam estar, no Congresso Nacional, a fim de deter tentativas do tipo do decreto. Assim como a menção ao presidente da Câmara dos Deputados, Henrique Alves, que exigiu do Executivo a sua imediata revogação.

Há ainda a citação de um escritor inglês no terceiro parágrafo. Ela visa defender as suas referências aos presidentes das duas casas do Congresso, que teriam máculas na sua vida política pregressa. Para o locutor, isso não mancharia os seus gestos do momento em defesa da democracia: “[...] e, como disse o escritor inglês Graham Greene, ‘nada a temer dos políticos cujos pecados pertençam apenas ao passado’” (ed. nº 2378). Podemos sugerir certa ironia do locutor quando faz tal alegação. Após dizer que o passado não interfere no presente, ele reforça o argumento ligando o partido dos presidentes à Dilma Rousseff: “Pode-se apontar a inocência, pois Renan e Alves são do PMDB, *partido que, na semana passada, reconfirmou com Dilma*

Rousseff a aliança que significa a forma mais valiosa de apoio na campanha presidencial deste ano...” (ed. nº 2378, grifo nosso). A ironia ainda pode ser confirmada na frase final: “Mas quem tenta encontrar coerência na política partidária brasileira está procurando no lugar errado” (ed. nº 2378).

O locutor enfatiza a necessidade de retornar ao tema de uma *Carta* anterior, dada a gravidade da ocasião. Trata-se da demonstração de uma preocupação que visa aproximá-lo do leitor. Eis um *ethos* discursivo angustiado com as ameaças à democracia representativa. Um perfil de alguém engajado em defender algo conquistado com dificuldade, como o direito do povo de exercer o poder por meio de seus representantes. A aprovação da postura de Renan e Alves frente à proposta de Dilma reforça o *anti-ethos* indicado na outra análise: o caráter contraditório de alguém que cede a pressões e rompe com seus próprios princípios. Além disso, é a negação de ideais que possam se aproximar de ideias socialistas/comunistas e bolivarianos: “Henrique Alves e Renan Calheiros agiram como se espera deles com a rejeição do decreto bolivariano vindo do Palácio do Planalto” (ed. nº 2378, legenda da foto).

A autofagia da civilização

É fato. Foi há 45 anos, em Benin, na Nigéria. Para ver Pelé jogar, combatentes dos dois lados de uma guerra civil depuseram as armas e deram-se uma trégua que durou enquanto o rei do futebol exibia sua arte em campo. Nesta edição de VEJA, é a vez do futebol ceder espaço a uma guerra. Em meio à cobertura especial da Copa no Brasil, a revista dedica 48 páginas ao cenário da I Guerra Mundial, cujo estopim foi aceso, em 28 de junho de 1914, com o assassinato, em Sarajevo, de Francisco Ferdinando, arquiduque do então poderoso Império Austro-Húngaro. Não é muita informação sobre um conflito europeu ocorrido há 100 anos, distante dos brasileiros, portanto, no tempo e no espaço? De maneira alguma. Mais presente na memória está a II Guerra Mundial, pois teve a participação da Força Expedicionária Brasileira (FEB), a monstruosidade de Hitler, o nazismo e o Holocausto, cujos sobreviventes ainda podem relatar os horrores dos campos de concentração. Mas, em termos de impactos duradouros, nada se compara à Primeira Grande Guerra. Para os europeus, ela foi “A Grande Guerra”. Não “uma” nem a “primeira, mas “A”, pois fez mais vítimas fatais do que qualquer outra guerra na história da Europa Ocidental. No épico desembarque na Normandia, o Dia D, da

invasão aliada à Europa ocupada por Hitler, que fez setenta anos em 6 de junho, morreram 10 000 aliados e 5 000 alemães. Só no esquecido 22 de agosto de 1914, o dia mais sangrento da história militar francesa, foram mortos 27 000 soldados. Em apenas duas batalhas, travadas nos vales dos rios Mosa e Somme, perderam a vida na luta contra os alemães o dobro de ingleses, o triplo de belgas e quatro vezes mais franceses do que em toda II Guerra Mundial. Morria-se por nada. Em quatro meses e meio no Somme, ao custo da vida de mais de 270 000 ingleses e franceses, os aliados avançaram 64 míseros quilômetros – quatro mortos para cada metro de terreno conquistado ao inimigo.

A importância histórica da Grande Guerra não se mede apenas pela carnificina. Como mostra a reportagem de VEJA, ela deve ser avaliada pela profundidade e resistência das cicatrizes físicas, culturais e mentais que deixou. “Depois que se mergulha nos detalhes da história da I Guerra, é impossível não ver suas marcas em todas as grandes questões geopolíticas da atualidade”, diz Diogo Schelp, editor executivo de VEJA que coordenou a reportagem. O terrorismo, o uso de armas químicas, a renovada Guerra do Iraque, a unificação europeia e a hegemonia americana no século XIX encontram suas raízes na guerra de 1914-18. São fascinantes e enigmáticas as razões que levaram as sociedades europeias a entregar ao

ferro e fogo dos canhões uma geração inteira de jovens. É vital tentar entender como a cultura que se deixou arrastar para a barbárie da guerra foi a mesma que dera ao mundo os pilares da vida civilizada: direitos iguais adquiridos ao nascer; inocência até prova em contrário; julgamento pelos pares; democracia

representativa; e liberdade de imprensa. Para que os erros capitais cometidos há 100 anos possam ser evitados, eles precisam ser conhecidos. Esse é o objetivo da reportagem que começa na página 53 (Carta ao leitor. VEJA, ed. nº 2379).

Versando sobre a Primeira Guerra Mundial, utiliza como discurso fundador o discurso europeu acerca das grandes guerras, considerando a primeira a de maior impacto. Trata-se de um discurso localizado no tempo na metade do século XX, visto que então as duas guerras já tinham ocorrido e já era possível fazer comparações. Seu enunciador sofreu mais diretamente com esses eventos e, portanto, teria autoridade para fazer tal avaliação: “Para os europeus, ela foi ‘A Grande Guerra’. Não ‘uma’ nem a ‘primeira’, mas ‘A’, pois fez mais vítimas fatais do que qualquer outra guerra na história da Europa Ocidental” (ed. nº 2379).

Esse recurso se alia às avaliações de domínio *ético*, *pragmático* e *ético e pragmático* realizadas pelo locutor como procedimento de ordem semântica para tocar o seu interlocutor (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236). Utilizando valores comuns, respectivamente relacionados àqueles domínios, como *solidariedade*, *responsabilidade*, *esforço e superação*, *justiça* e *bondade*, a *norma como argumento de prudência* e *como modelo de comportamento*, e a *experiência* utilizada para justificar um *dever* e um *modelo de conduta*.

É vital tentar entender como a cultura que se deixou arrastar para a barbárie da guerra foi a mesma que dera ao mundo os pilares da vida civilizada: direitos iguais adquiridos ao nascer; inocência até prova em contrário; julgamento pelos pares; democracia representativa; e liberdade de imprensa. Para que os erros capitais cometidos há 100 anos possam ser evitados, eles precisam ser conhecidos. Esse é o objetivo da reportagem que começa na página 53 (edição nº 2379, grifo nosso).

O grifo no trecho acima indica o procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) da *definição de um comportamento*, argumentando, no mesmo sentido dos valores mencionados, a importância de tomar o ocorrido como exemplo. Também é utilizado o *questionamento argumentativo* com visada de *denegação*, propondo um argumento rejeitado quase ao mesmo tempo em que é feita a pergunta:

Nesta edição de VEJA, é a vez do futebol ceder espaço a uma guerra. Em meio à cobertura especial da Copa no Brasil, a revista dedica 48 páginas ao cenário da I Guerra Mundial [...]. Não é muita informação sobre um conflito europeu ocorrido há 100 anos, distante dos brasileiros, portanto, no tempo e no espaço? De maneira alguma (edição nº 2379).

Trata-se de uma forma de convencer o interlocutor a aceitar o tema proposto. Para isso, também faz uma *descrição narrativa* no segundo parágrafo, onde narra algumas batalhas da

guerra, demonstrando o seu impacto em número de mortos. “Para os europeus, ela foi ‘A Grande Guerra’. Não ‘uma’ nem a ‘primeira’, mas ‘A’, pois fez mais vítimas fatais do que qualquer outra guerra na história da Europa Ocidental” (ed. nº 2379). Mais uma vez, podemos identificar a *citação* na forma de uma autorreferência, onde o locutor menciona alguém da própria equipe da revista como *testemunho de um dizer* a fim de destacar a exatidão de sua proposta: “‘Depois que se mergulha nos detalhes da história da I Guerra, é impossível não ver suas marcas em todas as grandes questões geopolíticas da atualidade’, diz Diogo Schelp, editor executivo de VEJA que coordenou a reportagem” (ed. nº 2379).

Esse tipo de *polifonia* verificada em alguns dos textos analisados evidencia o que já havíamos mencionado sobre a instância de produção midiática não ser una, mas uma instância compósita. Isso fica claro quando o locutor utiliza o *nós* mostrando *quem* está falando. Mas a autocitação presente reforça esse caráter múltiplo desse *lugar* de produção. Além do mais, fica visível que o locutor utiliza a própria revista como fonte de autoridade, mostrando-se uma equipe coesa e uma coerência discursiva que marcam o seu perfil.

Trata-se de um locutor que tenta tocar o leitor, de maneira que, mesmo em meio a grande festa do futebol, para para uma reflexão acerca do evento ocorrido há 100 anos, a Primeira Guerra Mundial. É um “tom” de quem não pensa só em festividades, mas que se preocupa com as questões políticas e sociais do mundo. Alguém que se coloca atento às marcas das grandes guerras em questões que tocam o mundo atual das mais diversas maneiras. São apontadas as contradições de uma sociedade que estabeleceu os pilares da vida civilizada e que, ao mesmo tempo, foi capaz de cometer as barbáries das guerras mundiais. Mas, inocentemente, pensa que o conhecimento da história é capaz de ensinar à humanidade a não cometer os mesmos erros do passado. Dentre os pilares mencionados, contam a democracia representativa e a liberdade de imprensa. Trata-se de um reforço, intencional ou não, da mensagem do texto da *Carta* anterior e da anterior a esta, que mencionam o decreto “bolivariano” de Dilma e a ameaça que representa à democracia brasileira. Podemos perceber que estes são temas muito caros a ele, dada a frequência com que são aludidos.

O quinto artigo da série trata sobre o Plano Real e os vinte anos decorridos de sua implantação, completados naquele ano de 2014:

O plano que salvou o Brasil

Vinte anos é mais do que suficiente para um país com a fama de a cada quinze anos apagar da memória todo o seu passado enxergar o Plano Real como um evento perdido no tempo.

Contribuiu para essa distorção a pregação feita pelos governos do PT com o objetivo de anular os méritos do então Presidente da República, Itamar Franco, de seu ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, e dos economistas pais do Real. Primeiro, porque o PT foi contra o

Plano Real – o que não impediu que Lula, por pragmatismo e sabedoria, não mexesse nos seus fundamentos durante os oito anos no Palácio do Planalto. Segundo, porque faz parte do salvacionismo petista a tese de que a chegada do partido ao poder significou o advento da primeira era de luz para o Brasil, que, antes dele, era um país imerso na escuridão.

Uma reportagem desta edição de VEJA revisita as circunstâncias em que o Plano Real surgiu e mostra como sua implantação exigiu um esforço hercúleo de convencimento da opinião pública brasileira, então totalmente descrente da possibilidade de um dia viver sem o martírio da hiperinflação. O Real tirou a economia brasileira do caótico turbilhão inflacionário, colocou-a em círculo virtuoso de crescimento com estabilidade monetária, transparência, valorização de preceitos racionais e responsáveis de gestão pública. Pilares do Plano Real, o combate à inflação, o câmbio flutuante e o superávit primário – resultado de quanto o governo economiza das receitas depois de seus gastos e antes de pagar os juros da dívida pública – foram conquistas de toda uma geração de brasileiros e precisam ser preservados como valioso patrimônio público. A inflação é o mais cruel dos impostos, pois atinge brutalmente os mais pobres. Ao acabar com a hiperinflação, o Plano Real teve um efeito social raramente enfatizado como deveria, uma distribuição mais equitativa de renda.

A reportagem conclui tristemente que os pilares garantidores da tão buscada estabilidade estão sendo corroídos. A inflação, mascarada pela contenção artificial dos preços da gasolina e das contas de luz, tem ignorado o aumento dos juros, sinaliza chegar a 6,5% em dezembro e está sendo contida pelo Banco Central. Isso significa que os dois primeiros pilares do Real foram para o espaço – a inflação voltou a assustar e o câmbio deixou de flutuar. O terceiro, o superávit primário, vem sendo atingido por meio de manobras contábeis que desvirtuam por completo sua função primordial de indicar o controle eficiente de gastos pelo governo.

Tudo perdido? Não. Mas, se nenhum erro fatal e irreparável foi cometido pelo governo até agora, substituir por medidas corretas todos os remendos vai ter um custo social alto que se manifestará na forma de investimentos produtivos e aumento do desemprego. Em seu vigésimo aniversário, o Plano Real enfrenta os maiores desafios de sua curta história. Seu destino está nas mãos dos eleitores que vão às urnas nas eleições presidenciais em outubro. Cabe aos donos dos votos exigir de seu candidato preferido o compromisso com a retomada das mesmas condições que, pela implantação do Real, abriram para os brasileiros um inédito período de crescimento sustentável e justiça social (Carta ao leitor. VEJA, ed. nº 2380).

Os valores utilizados como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) se encontram nos domínios de avaliação do *ético* e do *pragmático*. Colocando em questão a posição do PT de ter sido contra “o plano que salvou o Brasil” e apresentou condições para um futuro melhor, o locutor perpassa por valores como *responsabilidade* e *esforço e superação*: “Contribui para essa distorção a pregação feita pelos governos do PT com o objetivo de anular os méritos do então Presidente da República, Itamar Franco, de seu ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso, e dos economistas pais do Real” (ed. nº 2380). Além disso, coloca sobre os eleitores a responsabilidade da saúde da vida econômica do país, estabelecendo também uma *norma como modelo de comportamento*:

Em seu vigésimo aniversário, o Plano Real enfrenta os maiores desafios de sua curta história. Seu destino está nas mãos dos eleitores que vão às urnas nas eleições presidenciais em outubro. Cabe aos donos dos votos exigir de seu candidato preferido o compromisso com a retomada das mesmas condições que, pela implantação do Real, abriram para os brasileiros um inédito período de crescimento sustentável e justiça social (edição nº 2380).

Como principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243), é possível identificar a *descrição narrativa*, a *definição* e o *questionamento*. O locutor conta os esforços de implantação e as consequências do Plano Real para a economia e para a sociedade de uma forma mais ampla:

Uma reportagem desta edição de VEJA revisita as circunstâncias em que o Plano Real surgiu e mostra como sua implantação exigiu um esforço hercúleo de convencimento da opinião pública brasileira, então totalmente descrente da possibilidade de um dia viver sem o martírio da hiperinflação. O Real tirou a economia brasileira do caótico turbilhão inflacionário, colocou-a em círculo virtuoso de crescimento com estabilidade monetária, transparência, valorização de preceitos racionais e responsáveis de gestão pública. [...] Ao acabar com a hiperinflação, o Plano Real teve um efeito social raramente enfatizado como deveria, uma distribuição mais equitativa de renda (edição nº 2380).

O procedimento de *definição* gira em torno da inflação, procurando qualificá-la como “o mais cruel dos impostos, pois atinge brutalmente os mais pobres” (ed. nº 2380). Eis uma forma de convencer o interlocutor a partir de uma *noção* que toca a memória do país que vivenciou os períodos de hiperinflação que precederam a implantação da nova moeda e das medidas econômicas que vieram no seu bojo. Ou seja, utilizando-se de certo consenso social acerca desses problemas. O *questionamento argumentativo* é empregado de maneira retórica, pois apresenta um cenário atual que assustaria os preocupados com o futuro da economia para em seguida dizer que nem tudo está perdido, dependendo principalmente das escolhas dos eleitores:

A reportagem conclui tristemente que os pilares garantidores da tão buscada estabilidade estão sendo corroídos. [...] Tudo perdido? Não. [...] Em seu vigésimo aniversário, o Plano Real enfrenta os maiores desafios de sua curta história (edição nº 2380).

O espaço de relação locutor-leitor é sempre o de uma tentativa de aproximação, de estabelecimento de uma aliança. Uma tentativa de manter o destinatário bem informado e consciente das principais questões da atualidade, visando auxiliá-lo em suas escolhas enquanto cidadão brasileiro. Temos um “tom” discursivo de alguém preocupado com a situação econômica do país e com os rumos que irá tomar no momento das eleições vindouras.

Neste caso, apresenta os heróis e os anti-heróis em relação ao Plano Real. De um lado, Itamar Franco, Fernando Henrique Cardoso e os economistas que deram forma ao plano que “tirou a economia brasileira do caótico turbilhão inflacionário, colocou-a em círculo virtuoso de crescimento com estabilidade monetário, transparência, valorização de preceitos racionais e responsáveis de gestão pública” (ed. nº 2380). De outro, o PT e os seus partidários, que foram

contra o plano e cujo discurso “salvacionista” propõe a “tese de que a chegada do partido ao poder significou o advento da primeira era de luz para o Brasil, que, antes dele, era um país imerso na escuridão” (ed. nº 2380). Desta forma, o locutor propõe que o PT e sua “pregação” contribuem para a existência de certas distorções em relação ao passado do país. Também é proposto aos leitores que o destino da economia está em suas mãos, devendo escolher entre o cuidado ou não em relação aos pilares do Plano Real – combate à inflação, câmbio flutuante e superávit primário. Claramente se vê uma indicação, se não de quem são os melhores candidatos para isso, ao menos daqueles que não o são.

Sigamos ao próximo artigo, que aborda a abertura da campanha eleitoral de 2014:

Quem não jogar já perdeu

Entre um gol e uma defesa miraculosa, um pênalti perdido e uma vitória dramática da Copa de 2014, um novo e decisivo torneio se armou, praticamente longe dos olhos da opinião pública. Falamos, aqui, das convenções partidárias que definiram os candidatos à Presidência da República nas eleições de outubro próximo. Uma reportagem desta edição de VEJA analisa as propostas e as chances de vitória de Dilma Rousseff, que busca a reeleição, do senador Aécio Neves e do ex-governador de Pernambuco Eduardo Campos. Tudo bem que seja verdadeira a tese de que a opinião pública não consegue dedicar a sua atenção a mais de um assunto de cada vez. É hora de assistir aos jogos da Copa e se emocionar com eles, com ou sem a presença da seleção brasileira, mas sempre com o espírito elevado de bons anfitriões, talvez os mais generosos e alegres do mundo, na avaliação de muitos entre o quase 1 milhão de estrangeiros que vieram para o Brasil para o torneio. Mas a Copa tem data para terminar. No próximo domingo, dia 13, o novo campeão mundial de futebol será conhecido, as luzes então se

apagam, fecham-se as cortinas e termina o espetáculo nos estádios. Chega a hora das eleições presidenciais, tendo como apito inicial a abertura oficial das campanhas neste domingo, dia 6. Agora, o jogo, embora menos emocionante e mais chato (o melhor programa eleitoral perderia de goleada em audiência para a pior partida da Copa), é muito mais decisivo para o futuro de cada um de nós, brasileiros.

A reportagem de VEJA tem o objetivo de fazer uma primeira apresentação dos candidatos. Nessa abordagem inicial, a revista optou por analisar as forças relativas dos candidatos, seus pontos fortes e fracos, suas equipes, tempo de televisão e histórico na vida pública. É apenas o primeiro lance do jogo. Nas próximas edições e até a semana que precede a votação em primeiro turno, no domingo 5 de outubro, VEJA planeja dar a você, leitor, as informações jornalísticas relevantes, contribuindo para que sua decisão em quem votar possa ser feita com sabedoria. Agora, quem entra em campo são os eleitores. A vitória de Dilma, de Aécio ou Campos será definida pelo jogo mental travado no interior da consciência de cada brasileiro. Quem não jogar, portanto, já perdeu (Carta ao leitor. VEJA, ed. nº 2381).

Trata-se da apresentação da edição que faz uma exposição inicial dos candidatos, utilizando-se principalmente dos procedimentos discursivos da *comparação* entre a Copa e a escolha dos representantes do povo. Os vocábulos gramaticais *menos que* e *mais que* aparecem como marcas dessa comparação: “Agora o jogo, *menos* emocionante e *mais* chato (o melhor programa eleitoral perderia de goleada em audiência para a pior partida da Copa), é muito *mais* decisivo para o futuro de cada um de nós, brasileiros” (ed. nº 2381). Trata-se de uma comparação *subjativa* onde uma analogia entre as duas competições recorre a um humor sutil

que produz um efeito de *ofuscamento*, desviando a atenção do interlocutor do assunto que o próprio locutor diz considerar mais decisivo.

Aliado a esse procedimento discursivo, os valores empregados como procedimentos semânticos localizam o texto nos domínios de avaliação do *hedônico* e do *ético*. Utilizando-se do futebol, símbolo reivindicado da identidade brasileira, para comparar as eleições, o locutor define a escolha dos governantes como algo *desagradável* em relação ao “esporte favorito da nação”. Ele suscita o *prazer* em assistir às partidas da Copa: “É hora de assistir aos jogos da Copa e se emocionar com eles, com ou sem a presença da seleção brasileira, mas sempre com o espírito elevado de bons anfitriões...” (ed. nº 2381). E, ao mesmo tempo, coloca sobre o processo eleitoral o peso “*menos* emocionante e *mais* chato” da responsabilidade, ao qual não conseguimos dar atenção enquanto algo mais agradável está acontecendo: “Tudo bem que seja verdadeira a tese de que a opinião pública não consegue dedicar a sua atenção a mais de um assunto de cada vez” (ed. nº 2381). Ainda assim, a *responsabilidade* é apontada como a motivação do “novo jogo”, a *origem* da ação dos “jogadores”: “Agora quem entra em campo são os eleitores. A vitória de Dilma, de Aécio ou Campos será definida pelo jogo mental travado no interior da consciência de cada brasileiro. Quem não jogar, portanto, já perdeu” (ed. nº 2381).

Mais uma vez, percebemos o intento de aliança com o leitor no sentido de *fazer saber* através das informações prestadas pela revista e de suas análises acerca das propostas dos candidatos. Trata-se de um *ethos* engajado no esclarecimento acerca da vida política e democrática no Brasil. “Nas próximas edições e até a semana que precede a votação em primeiro turno, no domingo 5 de outubro, VEJA planeja dar a você, leitor, as informações jornalísticas relevantes, contribuindo para que sua decisão em quem votar possa ser feita com sabedoria” (ed. nº 2381). Trata-se de alguém que afirma sua brasilidade ao assegurar que agora é hora de assistir e se emocionar com os jogos, mesmo quando “[...] um novo e decisivo torneio se armou, praticamente longe dos olhos da opinião pública” (ed. nº 2381). É um jeito de ser brasileiro que prioriza a diversão, como já apareceu antes.

O sétimo artigo tem como tema a famosa derrota de 7 a 1 da seleção brasileira de futebol para a seleção alemã:

A derrota indelével

Perder de 7 a 1 em uma semifinal de Copa do Mundo jogando em casa seria um desastre para qualquer seleção. Para a brasileira, a maior campeã mundial, com cinco títulos, foi um naufrágio. Se é verdade que, como diz o antigo provérbio alemão, “o que é esporte para o gato

é a morte para o rato”, também não é menos verdadeiro que, se a sensação de derrotar um grande campeão é gloriosa, a de destruí-lo é assustadora. Por isso, os jogadores alemães quase comemoraram o único gol brasileiro e, ao final do jogo, trataram os vencidos com decência.

Uma reportagem desta edição de VEJA argumenta que a derrota no Mineirão foi uma partida para ser esquecida, mas ficará para sempre na história do futebol brasileiro e mundial. Nunca uma seleção perdeu tanto em tão pouco tempo. Quando acabou o jogo em Belo Horizonte, a brasileira tornou-se a única seleção a tomar sete gols e a primeira a levar cinco gols em meio tempo de jogo em uma semifinal. Entregamos para a Alemanha a liderança coletiva e individual na artilharia acumulada em Copas. Entramos com a vantagem de 220 gols a 216 e saímos superados por 223 a 221. O alemão Miroslav Klose chegou a dezesseis gols, ultrapassando o brasileiro Ronaldo, com quinze, como o jogador que mais marcou gols em campeonatos mundiais. Enfim, perda total.

Em nada nos conforta a tese de que se trata apenas de um jogo de bola. O futebol emociona tanto porque não é apenas esporte – é vida, seja como metáfora, seja como uma das mais aceitáveis, belas e organizadas formas de liberação da violência inata do ser humano. O futebol altamente competitivo de uma Copa do Mundo não forma o caráter dos seus praticantes,

mas o revela. Por isso doeu tanto no coração de milhões de brasileiros ver sua amada camisa amarela paralisar-se em campo, indefesa, sem uma estratégia para enfrentar a superioridade dos adversários.

Admitamos, porém, que quem está certo mesmo seja Thorstein Veblen, o economista americano pioneiro no estudo do papel das instituições na riqueza das nações e no progresso social, para quem “ser torcedor de qualquer esporte é sinal de desenvolvimento incompleto da essência moral do indivíduo”. Por essa perspectiva, os 7 a 1 da Alemanha sobre o Brasil no futebol nada significam. Mas lembremo-nos de que em outros campos os alemães também vencem por larga margem. Como escreveu o físico André Luís Parreira em um artigo publicado pela *Folha de S. Paulo*, em registro de patentes o placar está 20 a 1 para os alemães. Com relação a ganhadores do Prêmio Nobel, os números são mais acachapantes: 103 a 0. No dia em que diminuirmos essas diferenças, com certeza, uma derrota da seleção de goleada e em casa será para os brasileiros apenas um jogo com resultado extravagante (Carta ao leitor. VEJA, ed. nº 2382).

Os principais procedimentos discursivos utilizados são a *citação* e a *comparação*. “Se é verdade que, como diz o antigo provérbio alemão, ‘o que é esporte para o gato é a morte para o rato’, também não é menos verdadeiro que, se a sensação de derrotar um grande campeão é gloriosa, a de destruí-lo é assustadora” (ed. nº 2382). Vemos a “voz” popular alemã surgindo em uma colocação onde não fica clara a intenção do autor, deixando um sentido ambíguo em relação a quem são o gato e o rato no caso mencionado: Brasil e Alemanha ocupam quais lugares?

Em nada nos conforta a tese de que se trata apenas de um jogo de bola. O futebol emociona tanto porque não é apenas esporte – é vida, seja como metáfora, seja como uma das mais aceitáveis, belas e organizadas formas de liberação da violência inata do ser humano. [...]

Admitamos, porém, que quem esteja certo mesmo seja Thorstein Veblen, o economista americano pioneiro no estudo do papel das instituições na riqueza das nações e no progresso social, para quem ‘ser torcedor de qualquer esporte é sinal de desenvolvimento incompleto da essência moral do indivíduo’ (edição nº 2382).

Aqui, o caráter moral do locutor, o *ethos*, aparece como o de alguém que, no calor da derrota, já diminui a importância do seu gosto pelo futebol. Diz que o futebol não é apenas esporte, mas “vida” – ainda que o trecho acima pareça estranho e desconexo. Porém, em seguida, citando Thorstein Veblen, reconhece que o gosto pelos esportes revela a incompletude

da essência moral. Talvez o trecho tenha sido uma tentativa de amenizar a colocação seguinte. Bastante confuso vindo de “alguém” que há pouco veiculara uma edição especial, de “coleccionador”, sobre a Copa do Mundo. Isso pode ser entendido como um sinal do que o locutor pensa a respeito da própria nação, cuja “paixão nacional” declarada é o futebol, e que não pode ser dito tão às claras em função do seu público. No mínimo, pode ser considerado como uma contradição.

A *comparação* é feita em relação ao Outro, no caso, a Alemanha:

[...] Entramos com a vantagem de 220 gols a 216 e saímos superados por 223 a 221. O alemão Miroslav Klose chegou a dezesseis gols, ultrapassando o brasileiro Ronaldo, com quinze, como o jogador que mais marcou gols em campeonatos mundiais. Enfim, perda total.

[...]

[...] Por essa perspectiva [de Thorstein Veblen], os 7 a 1 da Alemanha sobre o Brasil no futebol nada significam. Mas lembremo-nos de que em outros campos os alemães também vencem por larga margem. Como escreveu o físico André Luís Parreira em um artigo publicado pela *Folha de S. Paulo*, em registro de patentes o placar está 20 a 1 para os alemães. Com relação a ganhadores do Prêmio Nobel, os números são mais acachapantes: 103 a 0 (edição nº 2382).

Esse recurso é utilizado para reforçar a conclusão de que o Brasil é claramente inferior àquele país. Trata-se de uma comparação *objetiva*, possibilitando uma *verificação* do que é proposto. O efeito produzido com tal procedimento é o de *ilustrar para melhor compreender*, ou seja, um efeito *pedagógico*. Dessa forma, o locutor coloca o Brasil como o grande campeão de algo que demonstra o desenvolvimento incompleto de sua essência moral. A única coisa em que o Brasil ganhava da Alemanha era no futebol e, nesta Copa, naufragou em uma perda desastrosa de 7 a 1 jogando em casa. Para demonstrar a superioridade moral dos alemães, além de dizer que eles “quase comemoraram o único gol brasileiro e, ao final do jogo, trataram os vencidos com decência” (ed. nº 2382), faz as comparações numéricas vistas no trecho. Se a comparação entre a quantidade de gols em Copa e a de gols dos seus principais jogadores que mais marcaram gols em campeonatos mundiais ficou quase equiparada, a derrota “no que verdadeiramente importa” é absurda. Se os brasileiros dessem ao futebol importância menor em relação à dada para o seu desenvolvimento intelectual, para seguir nos exemplos citados, não teriam encarado a derrota com tamanho complexo de inferioridade: “No dia em que diminuirmos essas diferenças, com certeza, uma derrota da seleção de goleada e em casa será para os brasileiros apenas um jogo com resultado extravagante” (ed. nº 2382).

Podemos verificar, então, que os valores que marcam os procedimentos semânticos deste texto estão no domínio do *ético*. *Disciplina, responsabilidade, esforço e superação*

parecem marcar o sentido proposto pelo locutor. E ainda do domínio do pragmático, utilizando uma *norma* (ou modelo) *de comportamento*, o dos alemães, como argumento de *prudência* para os brasileiros.

A partir destas análises, identificamos algumas estratégias linguísticas típicas de construção simbólica que podem indicar alguns modos de operação ideológica (THOMPSON, 1995):

- a *fragmentação* através do *expurgo do outro*, ou seja, a construção de um inimigo comum que representa uma ameaça quando é possível perceber o *anti-ethos* discursivo na maneira bastante enfática com que o locutor aponta Dilma Rousseff e o PT como contraditórios às suas próprias convicções e dissimulados em relação às estratégias que utilizariam para levar ao poder grupos aliados (ed. nº 2377). E ainda quando se refere ao mesmo tema, tratando a proposta de Dilma como uma ameaça à participação popular pelo voto instituído pela democracia representativa (ed. nº 2378). De certa maneira, esta construção também pode ser percebida, de maneira mais branda, quando se atribui ao “discurso salvacionista” de Lula e do PT certas distorções em relação ao passado brasileiro, principalmente no que diz respeito à desconsideração dos méritos de Itamar Franco e FHC (ed. nº 2380);

- a *simbolização da unidade* como forma de *unificação*, percebida na construção simbólica ou reforço de um símbolo de identidade e identificação coletivas: o futebol como um símbolo que integra os brasileiros, independentemente das diferenças que possam separá-los, inclusive quanto à realização da Copa no Brasil. Vemos uma proposta de unidade de todos os brasileiros através desse traço que, segundo o locutor, os define cultural e socialmente (ed. nº 2377 – especial);

- a *dissimulação* pela *eufemização*, quando descreve a ação dos representantes do Congresso de forma a despertar-lhes uma valorização positiva desviando a atenção de certos problemas existentes em suas condutas prévias (ed. nº 2378). Acaba por legitimar a presença deles nesses lugares de poder, pois sua contrariedade ao decreto tem maior peso do que as controvérsias de sua vida política.

Retomando a temática da *nação* presente nessas *Cartas*, podemos resumi-la nos seguintes tópicos:

- *ideia sobre quem é o brasileiro e comparação com o Outro*: o futebol aparece como tema definidor de nossa sociedade e cultura (ed. nº 2377 e nº 2382). Mas termos a maior seleção campeã neste esporte e sermos “[...] bons anfitriões, talvez os mais generosos e alegres do mundo...” (ed. nº 2381), não nos traz o desenvolvimento moral e civilizatório que possuem países como a Alemanha (ed. nº 2382). Seríamos um povo diminuído e que se diminui ao dar

tamanha importância a algo que não teria tanto valor como o desenvolvimento intelectual, o que ficaria demonstrado através dos resultados comparados em registro de patentes e recebimento do Prêmio Nobel [exemplo que parece dizer respeito mais especificamente ao desenvolvimento econômico e tecnológico]. Esta priorização evidenciaria uma característica hedonista do nosso povo que é a de deixar de lado os problemas e os assuntos, digamos, mais sérios em nome da diversão (ed. nº 2377 e nº 2381).

- *ideia acerca do passado, diagnóstico da realidade brasileira e ideia acerca do futuro*: os artigos mostram um Brasil que precisa vencer internamente nos quesitos organização e infraestrutura a fim de vencer um “jogo desfavorável” (ed. nº 2377 – especial) que parece ser o do Brasil contra o mundo, o do anfitrião contra os convidados em um evento desportivo. Mas também precisará vencer o “jogo eleitoral” (ed. nº 2381), e mais amplamente a crise política, a fim de evitar que certas conquistas se percam, como o caso da estabilidade econômica e o regime democrático. O PT e o seu governo seriam a principal ameaça (ed. nº 2376, nº 2378 e nº 2380). Primeiramente porque o seu discurso salvacionista contribuiria para a existência de certas distorções em relação ao passado à medida que anularia os méritos de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso, os heróis do Plano Real. O partido fora contrário à implementação do plano que salvou o país do “caótico turbilhão inflacionário” e que produziu “[...] um efeito social raramente enfatizado como deveria, uma distribuição mais equitativa de renda” (ed. nº 2380). Seus principais pilares, o combate à inflação, o câmbio flutuante e o superávit primário, estariam sendo “corroídos” (ed. nº 2380) pela política econômica do PT. Já a democracia representativa estaria ameaçada pela política “soviética” do partido (ed. nº 2376 e nº 2378), que tentaria, disfarçadamente, integrar ao Estado os seus grupos aliados através do estabelecimento de medidas como a política nacional de participação social. Os eleitores, portanto, deveriam exigir de seus candidatos a retomada das mesmas condições econômicas que o Real teria possibilitado inicialmente ao país. Não há o indicativo claro dos melhores candidatos, mas o sentido atribuído ao PT indica claramente qual caminho não deve ser tomado.

5.3 Eleições presidenciais de 2014

Após a vergonhosa derrota do Brasil na competição em que nossa casa foi a sede, temos “um outro jogo a jogar”, o das eleições. Esta seria a hora de realizar as mudanças tão reivindicadas de um “gigante que acordou”. Tal é o tema do terceiro grupo de artigos, composto por cinco *Cartas: No século errado* (de 01/10/2014, ed. nº 2393, p. 12), *O que não muda* (de 08/10/2014, ed. nº 2394, p. 12), *Democracia madura* (de 15/10/2014, ed. nº 2395, p. 11), *Entre*

a *Polônia e o Djibuti* (de 22/10/2014, ed. nº 2396, p. 12) e *Choque de realidade* (de 29/10/2014, ed. nº 2397, p. 12). Dois dos textos tratam diretamente do seu assunto central, mas todos eles mencionam de alguma forma os candidatos ou algo correlato às eleições.

No espaço de análise da locução, verificamos que em apenas um o locutor utiliza a primeira pessoa do plural, enquanto em todos os outros se utiliza da escrita em terceira pessoa. Na edição nº 2396, o uso do *nós* se mostra uma clara tentativa de aproximação com o seu leitor e com a nação brasileira: “[...] que tipo de país, realisticamente, *podemos* vir a ser dentro de quinze anos” (grifo nosso); “Atualmente, a qualidade de vida para a maioria da população daqueles países é superior ao padrão de *nossa* classe média alta...” (grifo nosso); e ainda:

“[...] com um PIB per capita [*sic*] de apenas 11000 dólares, patamar de renda que *nos* permite uma qualidade de vida intermediária entre a da África do Sul e a do Gabão. [...] Mas nem este ponto *nos* está assegurado. Uma má notícia é que, mantidas as atuais circunstâncias, *vamos afundar...*” (grifo nosso);

“Basta compreender a opção de *afundarmos* para que *fique*mos animados com a perspectiva de equiparação a países europeus, mesmo que não os de ponta. [...] O momento demográfico *nos* é favorável agora, mas, se não o *aproveitarmos* para acelerar o crescimento econômico, *poderemos* não ter recursos [...]. *Nossa* sociedade tem que enriquecer antes de envelhecer. O Brasil vai ser o que dele *nós fizermos*, com *nossas* ações e *nossas* omissões. A escolha é *nossa*” (grifo nosso).

Eis uma forma de marcação de um *lugar* de fala que é junto da população brasileira, através de um *nós* em nome do qual o locutor se permite falar. Em nenhum dos textos até agora analisados e nos quais é utilizada a primeira pessoa do plural verificamos a recorrência de tantos verbos conjugados desta forma e de tantos pronomes possessivos relacionados. O momento é oportuno para tal redação. A véspera das eleições parece propícia à utilização desses recursos que aproximam o locutor do seu público e da nação, tocando em temas bastante caros à avaliação e à escolha dos candidatos.

De qualquer maneira, nos outros quatro artigos desta série o locutor está implícito no uso da terceira pessoa. Isto reafirma o que identificamos como sua proposta geral de objetividade e impessoalidade. A referência à própria revista na terceira pessoa reforça àquela ideia apresentada anteriormente de que a redação concebe a revista quase como uma entidade para a qual a equipe trabalha e cujas regras são seguidas em conformidade com os preceitos de seu fundador (como já visto). “*VEJA reservou* este espaço, porém, para lembrar ao presidente que assume o cargo...” (ed. nº 2394, grifo nosso); “Em sua edição de 10 de setembro, *VEJA escreveu* na Carta ao Leitor... [...] *VEJA publica* essa reportagem...” (ed. nº 2397, grifo nosso). Ainda assim, a aproximação e a tentativa de ser a porta-voz da nação não é prejudicada, pois o locutor reafirma: “Também não muda o compromisso de *VEJA* com seus leitores e com o Brasil

de continuar sendo os olhos e os ouvidos da nação na fiscalização do poder, na denúncia da corrupção e dos abusos” (ed. nº 2394).

A distinção entre as pessoas que compõem este *nós* é demarcada, então, pela identificação do seu interlocutor e pelo lugar reservado a ele. Trata-se de alguém que precisa da revista para estar bem informado sobre os assuntos relevantes da vida do país. Isto pode ser verificado nesse último trecho mencionado e nos que seguem: “Uma reportagem desta edição de VEJA *tenta entender* as razões da posição leniente de Dilma com o terror...” (ed. nº 2393, grifo nosso); “Uma reportagem desta edição de VEJA *desmistifica* a tese corrente de que a democracia brasileira é imatura. [...] A reportagem de VEJA *mostra*...” (ed. nº 2395, grifo nosso). Mais uma vez, podemos perceber a intenção de *fazer saber* o seu leitor. E a tentativa de objetividade destacada acima se mostra um recurso para lidar com a pluralidade que se incorpora nesta instância compósita de recepção. Eis os *lugares* bastante definidos de cada um dos participantes desta comunicação. Um é aquele que necessita dos trabalhos do outro, que é o produtor e fornecedor das informações vendidas.

Mesmo que pareça repetitivo (e isto mostra certa coerência no texto da revista), seu *tempo discursivo* é sempre o *agora*. Seu momento de fala é quase o instante dos acontecimentos, procurando estar sempre atualizada nos assuntos que considera relevantes à vida política, social e econômica do Brasil. O que fica evidente na utilização do tempo presente naqueles verbos indicados como demonstração de intenção, além de nos temas escolhidos para as *Cartas*: entrevista concedida pela então presidente Dilma Rousseff em razão de uma Assembleia-Geral da ONU na semana anterior à edição nº 2393, eleições presidenciais do ano de 2014, regime democrático brasileiro (em função do processo eleitoral), diagnóstico sobre a realidade brasileira e delação premiada do doleiro Alberto Youssef que ocorria na semana de 29/10/2014.

No século errado

Em duas entrevistas coletivas concedidas em Nova York (no dia 23, após o discurso sobre clima, e no dia 24, depois da abertura da Assembleia-Geral da ONU), Dilma Rousseff criticou os ataques aéreos liderados pelos Estados Unidos, com o apoio de quase todos os governos do Oriente Médio, contra posições e campos de treinamento de terroristas na Síria. Na primeira entrevista, por não citar o grupo terrorista Isis, a presidente brasileira passou a impressão apenas de profundo desconhecimento do tema. Na segunda entrevista, Dilma mostrou que sabe a diferença entre o governo de Damasco e o Isis, que até a

Al Qaeda do falecido Osama bin Laden considera muito violento e radical e que nenhum país do Oriente Médio reconhece como interlocutor. Dilma tropeçou na realidade, mas se levantou e seguiu em frente como se nada tivesse acontecido, sugerindo “diálogo” com os terroristas e “lamentando os bombardeios” a seus campos de treinamento.

Enquanto isso, as pessoas com a responsabilidade de conter os terroristas, que torturam, degolam, escravizam e estupram como método de dominação, trataram de agir, não prestando a menor atenção na fala da presidente brasileira. No mesmo dia, à tarde, o Conselho de Segurança da ONU aprovou por unanimidade uma resolução determinando a

todos os países-membros, entre eles o Brasil, que tomem medidas contra o Isis, prevenindo o “recrutamento, a organização, o transporte e a equipagem de indivíduos que viajam para outro país que não seja o de sua residência ou nacionalidade com o propósito de perpetrar, planejar ou participar de atos terroristas”. Ganhador do Prêmio Nobel da Paz, Barack Obama, o menos belicoso presidente da história dos EUA, que retirou as tropas americanas do Iraque e do Afeganistão, reconhecendo o grau de perigo que o Isis representa para o mundo, disse: “A única língua que assassinos entendem é a força”. Uma reportagem desta edição de VEJA tenta entender as razões da posição leniente de Dilma com o terror, atitude que o senador Aécio Neves, candidato a presidente da República pelo PSDB, descreveu como “vergonhosa”. A

reportagem mostra que, por nostalgia dos tempos da Guerra Fria, quase sempre foi garantia de sucesso apresentar-se diante da Assembleia-Geral da ONU com um discurso antiamericano ou revolucionário. Em 1964, Che Guevara foi aplaudido de pé depois de, cinicamente, confirmar as suspeitas de que o regime de Fidel Castro executava sumariamente os adversários do regime: “Fuzilamentos, sim, temos fuzilado... e vamos continuar fuzilando enquanto for necessário”. Hoje as questões internacionais são muito mais complexas e o mundo é crescentemente intolerante com grupos que tentam impor suas ideias pelo terror. Alguém deveria alertar o Itamaraty. Isso evitaria colocar a presidente da República no lugar certo, mas no século errado (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2393, p. 12).

É possível identificar um procedimento de ordem semântica baseado na utilização de valores concernentes ao domínio do *ético* (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236). O locutor faz um julgamento sobre a postura de Dilma em relação ao terrorismo. Trata-se de uma avaliação pautada no valor da *responsabilidade* de um presidente da república e também de *justiça* imbricados na sua posição, visto que ela se colocaria de maneira branda em relação àqueles que “torturam, degolam, escravizam e estupram como método de dominação” (ed. nº 2393):

Dilma tropeçou na realidade, mas se levantou e seguiu em frente como se nada tivesse acontecido, sugerindo “diálogo” com os terroristas e “lamentando os bombardeios” a seus campos de treinamento [liderados pelos Estados Unidos com o apoio de alguns governos do Oriente Médio] (edição nº 2393).

Os principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) verificados são a *descrição narrativa*, no primeiro e segundo parágrafos, sobre a ocorrência da Assembleia-Geral da ONU da qual Dilma participou, a *definição* acerca do *comportamento* de Barack Obama e a *citação*. A respeito do ex-presidente norte-americano, diz o locutor:

Ganhador do Prêmio Nobel da Paz, Barack Obama, o menos belicoso presidente da história dos EUA, que retirou as tropas americanas do Iraque e do Afeganistão, reconhecendo o grau de perigo que o Isis representa para o mundo, disse: “A única língua que os assassinos entendem é a força” (edição nº 2393, grifo nosso).

Trata-se de uma maneira de opor as formas de tratamento ao terrorismo dadas pelos dois presidentes. Dando a Obama o epíteto de “menos belicoso”, o locutor opõe sua maneira de agir à de Dilma. Mesmo esse presidente reconhece o perigo terrorista enquanto Dilma se colocaria em uma posição “leniente”. Curiosa vantagem dada ao presidente de um país cuja

posição frente ao mundo é marcada pela “guerra ao terror”. Neste mesmo trecho, podemos perceber o procedimento da *citação*, de maneira direta, da fala de Obama como uma fonte de verdade, testemunhando, ao mesmo tempo, *um dizer* no intuito de destacar a exatidão do seu julgamento sobre a presidente brasileira, *uma experiência* de um governante que declara com base no que vivenciou contra o terrorismo e *um saber* que emana de sua autoridade global.

A voz da representante do Brasil na ONU aparece em discurso indireto:

Dilma Rousseff *criticou* os ataques aéreos [...]. Na primeira entrevista, por não citar o grupo terrorista Isis, a presidente brasileira passou a impressão apenas de profundo desconhecimento do tema. Na segunda entrevista, Dilma *mostrou* que sabe a diferença entre o governo de Damasco e o Isis... (edição nº 2393).

No trecho anterior, onde o locutor diz que a presidente sugeriu diálogo e lamentou os bombardeios aos campos de treinamento do grupo Isis, aparece o uso de aspas. José Luiz Fiorin (1989) sugere que as aspas servem para enfatizar certas expressões e maneiras de falar daquele que é citado. Parece-nos, especificamente, uma forma de ressaltar a estranheza da postura de Dilma em relação às “pessoas [que] com a responsabilidade de conter os terroristas, [...] trataram de agir, não prestando a menor atenção na fala da presidente brasileira” (ed. nº 2393).

Outra voz que surge, agora como *discurso fundador* do que apresenta o locutor, é a do próprio Conselho de Segurança da ONU. Há uma menção direta ao texto de sua resolução que determina a tomada de medidas antiterroristas por todos os seus países-membro: “[...] prevenindo o ‘recrutamento, a organização, o transporte e a equipagem de indivíduos que viajam para outro país que não seja o de sua residência ou nacionalidade com o propósito de perpetrar, planejar ou participar de atos terroristas’” (ed. nº 2393). Percebemos mais uma maneira de contrapor a fala de Dilma à posição dos países de maior representatividade no cenário global.

Uma citação de um discurso de Che Guevara diante da Assembleia da ONU é utilizada para indicar o atraso do discurso “antiamericano ou revolucionário” (ed. nº 2393) de Dilma, “por nostalgia da Guerra Fria” (ed. nº 2393).

Em 1964, Che Guevara foi aplaudido De pé depois de, cinicamente, confirmar as suspeitas de que o regime de Fidel Castro executava sumariamente os adversários do regime: “Fuzilamentos, sim, temos fuzilado... e vamos continuar fazendo enquanto for necessário”. Hoje as questões internacionais são muito mais complexas e o mundo é crescentemente intolerante com grupos que tentam impor suas ideias pelo terror. Alguém deveria alertar o Itamaraty. Isso evitaria colocar a presidente da República no lugar certo, mas no século errado (edição nº 2393).

Os partidos de esquerda, principalmente o PT, são normalmente associados à figura de Che Guevara e a ideais socialistas e bolivarianos que compartilhariam entre eles e outros países

latino-americanos. Destacando que Che Guevara assumiu os fuzilamentos feitos pelo regime de Fidel Castro como uma forma de mostrar sua capacidade e disposição para o ataque agressivo, o locutor associa Dilma às figuras de ambos.

O perigo e o ridículo da postura de Dilma são rechaçados também por Aécio Neves, seu concorrente à presidência, também citado como um *testemunho de um dizer* a fim de corroborar a sua crítica ao comportamento da presidente: “Uma reportagem desta edição de VEJA tenta entender as razões da posição leniente de Dilma com o terror, atitude que o senador Aécio Neves, candidato a presidente da República pelo PSDB, descreveu como ‘vergonhosa’” (ed. nº 2393). Discreta sugestão de que ele seria mais sensato do que ela. Discreta e importante dado o momento de publicação do texto ser o mês das eleições presidenciais.

O *espaço de relação* que se analisa é o de um locutor que tenta uma aliança com o leitor. Convencendo-o de que a revista está engajada e comprometida com a nação e com a verdade dos fatos que apresenta. Que seu propósito é tão somente *fazer saber* o leitor a fim de que ele possa, por fim, exercer sua cidadania com as informações adequadas sobre os grupos políticos que existem no país. Podemos compreender que o locutor utiliza as estratégias discursivas mencionadas no intuito de mostrar que o Brasil, representado por Dilma, está na contramão dos países protagonistas do cenário mundial. Sua atuação diante da Assembleia-Geral da ONU seria anacrônica, colocando o Brasil de lado, contrariando a opinião da maioria dos países membros e, ainda assim, tendo que acatar suas decisões conjuntas. Temos um *ethos* preocupado com o terrorismo e com a maneira pela qual o mundo o trata. Ainda, alguém preocupado com o seu país e a sua apresentação global. Que considera que o Brasil de Dilma se coloca atrás de outros países que não lhe dão atenção em razão do seu discurso, no mínimo, antiquado.

O que não muda

Durante os últimos três meses, os brasileiros foram apresentados pelos candidatos à Presidência da República a uma série de promessas de mudanças. A visibilidade e a eficiência delas foram exaustivamente debatidas pelos candidatos e avaliadas por especialistas durante a campanha. VEJA reservou este espaço, porém, para lembrar ao presidente que assume o cargo em 1º de janeiro de 2015 algumas coisas que, indiferentes ao seu talento, capacidade de trabalho e apoio parlamentar, não muda. Umas são parte integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado, outras são conquistas

irreversíveis da sociedade brasileira ou características atemporais da espécie humana desde tempos imemoriais:

- A bolsa de valores vai despencar e a cotação do dólar disparar sempre que chegar a altos níveis a desconfiança das forças produtivas do governo.
- Ser confiável continuará sendo a única maneira de angariar confiança.
- A inflação vai subir sempre que houver mais dinheiro e crédito na economia do que produtos ofertados para consumo.
- A melhor maneira de combater a inflação será com uma taxa básica de juros nem alta nem baixa, mas adequada.

- O maior beneficiário da inflação será o governo, que poderá adiar o pagamento de suas dívidas enquanto a moeda se desvaloriza. A inflação, o mais cruel dos impostos, age como um Robin Hood às avessas, tirando dos pobres para dar aos ricos.
- Os governos, mesmo os bons, não produzem um centavo de riqueza. Todo o dinheiro gasto pelo governo brasileiro continuará vindo dos impostos que os cidadãos produtivos e as empresas que os empregam pagam.
- A livre-iniciativa e a democracia representativa ainda são a combinação mais harmônica e produtiva para o progresso material e moral. Essa combinação tem o nome de “sociedade aberta”, e nela existe liberdade de expressão e a informação flui sem intervenção do governo.
- As sociedades abertas continuarão sendo mais saudáveis e menos corruptas do que as estatizantes.
- Mercado e governo não são excludentes. São complementares. Sem regras justas do governo,

o mercado degenerará em monopólios e abusos contra o consumidor. Sem o mercado, o governo tenderá ao poder absoluto e ao totalitarismo.

- As pessoas continuarão se diferenciando por temperamentos, interesses, habilidades intelectuais, buscas espirituais e modos de vida peculiares. Pessoas têm valores distintos, e mesmo aquelas que se identificam darão peso diferente aos valores que compartilham. Continuará, portanto, sendo uma violência um grupo político qualquer tentar inculcar seus valores a todos os brasileiros.

- A desigualdade social e econômica continuará sendo resultado direto da oferta desigual de educação. Ela não diminuirá sem a difusão da educação de qualidade.

Também não muda o compromisso de VEJA com seus leitores e com o Brasil de continuar sendo os olhos e os ouvidos da nação na fiscalização do poder, na denúncia da corrupção e dos abusos (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2394, p. 12).

Destacam-se os domínios de avaliação do *ético* e do *pragmático* como procedimentos argumentativos semânticos (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236). Ao dar certas dicas ao novo presidente, ainda indefinido naquele momento, o locutor se utiliza de valores comuns, do domínio do dever e da obrigação, indicando como devem ser seu comportamento, como *honestidade e lealdade, responsabilidade e justiça*, para convencer seus interlocutores de que esses são pontos importantes a levar em consideração quando se governa um país. Além disso, podemos verificar valores ligados ao domínio do *pragmático*, a *norma* como argumento de *prudência* ou de *conservadorismo* de um estado de coisas.

Podemos perceber também a *definição* e a *comparação* como principais procedimentos discursivos utilizados (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). *Definição* como *distinção de sentido em torno de uma noção*, no que se refere às sociedades abertas e à livre-iniciativa. *Definição de um comportamento*, no que se refere ao que se espera em relação às maneiras de agir de um governante. A *comparação* aparece como uma *comparação objetiva*, que utiliza um *comparante verificável*. Refere-se principalmente a apontar diferenças entre sociedade aberta e sociedade estatizante, no sentido de fazer compreender melhor o que propõe. Vejamos a seguir:

- A bolsa de valores vai despencar e a cotação do dólar disparar sempre que chegar a altos níveis a desconfiança das forças produtivas do governo [*honestidade e lealdade*].

- Ser confiável continuará sendo a única maneira de angariar confiança [*honestidade e lealdade, responsabilidade*] [*definição de comportamento*].
- A inflação vai subir sempre que houver mais dinheiro e crédito na economia do que produtos ofertados para consumo.
- A melhor maneira de combater a inflação será com uma taxa básica de juros nem alta nem baixa, mas adequada.
- O maior beneficiário da inflação será o governo, que poderá adiar o pagamento de suas dívidas enquanto a moeda se desvaloriza. A inflação, o mais cruel dos impostos, age *como* [vocábulo gramatical que marca uma *comparação* que, neste caso, é *objetiva*] um Robin Hood às avessas, tirando dos pobres para dar aos ricos [*responsabilidade, justiça*].
- Os governos, mesmo os bons, não produzem um centavo de riqueza. Todo o dinheiro gasto pelo governo brasileiro continuará vindo dos impostos que os cidadãos produtivos e as empresas que os emprega pagam.
- A livre-iniciativa e a democracia representativa ainda são a combinação mais harmônica e produtiva para o progresso material e moral [*norma como argumento de conservadorismo*]. Essa combinação tem o nome de “sociedade aberta”, e nela existe liberdade de expressão e a informação flui sem intervenção do governo [*responsabilidade, justiça, honestidade*] [*definição em torno de uma noção*].
- As sociedades abertas continuarão sendo *mais* saudáveis e *menos* corruptas *do que* [vocábulos gramaticais que marcam a *comparação*, também *objetiva*] as estatizantes [*honestidade, justiça, norma como argumento de conservadorismo*] [*definição em torno de uma noção*].
- Mercado e governo não são excludentes. São complementares. Sem regras justas do governo, o mercado degenerará em monopólios e abusos contra o consumidor. Sem o mercado, o governo tenderá ao poder absoluto e ao totalitarismo [*responsabilidade, justiça, honestidade*] [*definição em torno de uma noção*].
- As pessoas continuarão se diferenciando por temperamentos, interesses, habilidades intelectuais, buscas espirituais e modos de vida peculiares. Pessoas têm valores distintos, e mesmo aquelas que se identificam darão peso diferente aos valores que compartilham. Continuará, portanto, sendo uma violência um grupo político qualquer tentar inculcar seus valores a todos os brasileiros [*justiça, responsabilidade*].
- A desigualdade social e econômica continuará sendo resultado direto da oferta desigual de educação. Ela não diminuirá sem a difusão da educação de qualidade [*justiça, responsabilidade*] (edição nº 2394).

Na análise do espaço de relação, vemos que o locutor mantém seu intento de estabelecer com o destinatário uma relação de aliança, baseada em um compromisso que diz possuir com os seus leitores. Compromisso pautado na busca pela verdade e na defesa da democracia representativa através do acompanhamento da vida política do país: “Também não muda o compromisso de VEJA com seus leitores e com o Brasil de continuar sendo os olhos e os ouvidos da nação na fiscalização do poder, na denúncia da corrupção e dos abusos” (ed. nº 2394). Percebe-se também uma tentativa de aliança com a nação brasileira como um todo. Em “continuar sendo os olhos e os ouvidos da nação”, mostra-se a pretensão da revista de estabelecer um papel e um lugar para si, quais sejam, os de um tipo de “quarto poder” que visa

a zelar pelo “bom andamento” da vida política nacional, através da fiscalização dos comportamentos e iniciativas dos seus políticos.

Vemos neste locutor um *ethos* preocupado com a situação do país, em relação às formas de condução da economia principalmente. Trata-se de alguém que se permite fazer cobranças públicas aos políticos brasileiros e, ainda, ditar certos elementos que não mudarão independentemente das suas posturas, talentos e apoios. Alguém ousado e determinado, que tem ideia certa sobre certos caminhos que levariam o país a um “melhor caminho”. É alguém que se coloca quase como um herói em defesa do seu país.

A legitimação deste papel e deste lugar em que a revista se coloca se dá através dos valores compartilhados entre os membros desta sociedade brasileira, como aqueles indicados como procedimentos discursivos de ordem semântica. Nesse sentido, vê-se mais uma vez o uso, desta vez mais discreto, das figuras dos fundadores da Abril e da *Veja* e de seus discursos como discursos fundadores do seu. “Sobre o busto do fundador da Abril, *Victor Civita: a nossa missão*”, diz a legenda da foto desta *Carta*. Trata-se de uma autorreferência, da criação de ícones de um passado que representam as bases de comportamento e de atuação da revista e que são figuras do bem agir comprometido com a nação.

Vê-se também neste papel de “quarto poder” uma tentativa de estabelecimento de uma relação direta, e até mesmo pessoal, com os próprios políticos. Isto porque a atuação do locutor (da revista) os toca diretamente e coloca diante deles certa ameaça de alguém que está atento aos seus atos e que se permite, ainda que não atue como um político, dar certas “dicas” a respeito do que precisa ser considerado pelo novo governo:

VEJA reservou este espaço, porém, para lembrar ao presidente que assume o cargo em 1º de janeiro de 2015 algumas coisas que, indiferentes ao seu talento, capacidade de trabalho e apoio parlamentar, não mudam. Umas são parte integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado, outras são conquistas irreversíveis da sociedade brasileira ou características atemporais da espécie humana desde tempos imemoriais [...] (edição nº 2394).

No terceiro texto desta série, o domínio da *verdade* é o principal domínio de avaliação identificado como procedimento semântico utilizado (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236):

Democracia madura

Uma reportagem desta edição de VEJA desmistifica a tese corrente de que a democracia brasileira é imatura. Já se vão quase três décadas desde que chegou ao fim o regime militar e os brasileiros retomaram os direitos plenos da cidadania, do voto direto para a Presidência da República e do exercício, com garantia

constitucional, da liberdade de expressão. Nestes trinta anos incompletos desde janeiro de 1985, a democracia no Brasil foi testada, e resistia a quatro grandes crises. A primeira foi a doença de Tancredo Neves, que no dia em que receberia a faixa presidencial estava inconsciente sob anestesia geral no Hospital de Base de Brasília, operado às pressas com um quadro grave de abdômen agudo, de cujas

complicações morreria 38 dias depois da internação. “Façam de mim o que quiserem – depois da posse”, dizia Tancredo aos médicos que, informados de suas fortes dores abdominais, vinham tentando interná-lo para exames. Tancredo, avô de Aécio Neves, candidato a presidente nas atuais eleições, temia que os militares linha-dura usassem a doença como pretexto para adiar a devolução do poder aos civis. José Sarney, o vice, tomou posse sem oposição. A segunda crise aconteceu com o impeachment de Fernando Collor, o presidente apeado do poder por corrupção, em 1992, pelo voto da maioria do Congresso Nacional. A terceira veio com a prisão de um presidente do Banco Central no governo de Fernando Henrique Cardoso. A quarta, mais recente, decorreu da condenação e do encarceramento na penitenciária da Papuda da cúpula do PT, o partido no poder, pelo escândalo do mensalão. A democracia brasileira, além de madura, fortificou-se nas crises a que sobreviveu.

A reportagem de VEJA mostra que a alternância pacífica de poder entre forças políticas opostas dominantes é aceita universalmente como prova de maturidade democrática. Por esse conceito, o Brasil chegou lá. Os militares entregaram o poder em eleição indireta no Congresso e acataram o resultado. Depois o PSDB e seus aliados perderam nas urnas o poder para o PT,

em 2002, tendo permanecido oito anos no comando do país. O PT terá ficado doze anos na Presidência, se apeado agora na votação popular em segundo turno, no dia 26 deste mês, e não há sinais de que isso provoque alguma ruptura na ordem pública ou constitucional.

Estar maduro, porém, não é garantia de estabilidade permanente do regime democrático no Brasil. Basta lembrar que, ao ser empossado na Presidência da República em 1963, Jânio Quadros saudou seu antecessor, Juscelino Kubitschek, com uma frase nada profética: “O governo de Vossa Excelência que ora finda terá seu lugar marcado na história por ter estabelecido em bases definitivas os princípios do regime democrático no Brasil”. Oito meses depois Jânio renuncia, lançando sobre a política uma dose cavalgar de instabilidade que resultou, mais tarde, em 21 anos de ditadura militar. Durante o governo do PT surgiram de suas alas radicais tentativas de ferir a normalidade democrática com a campanha pelo terceiro mandato de Lula, a volta da censura à imprensa, a estatização da economia e o apoio externo a ditaduras. Todas vêm sendo rechaçadas, não por falta de vontade dos seus proponentes mais exaltados, mas por resistência da sociedade brasileira. VEJA se orgulha de ter feito parte dessa resistência (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2395, p. 11).

O locutor põe em cheque a ideia de que a democracia brasileira é algo recente, ainda “jovem”: “Uma reportagem desta edição de VEJA desmistifica a tese corrente de que a democracia brasileira é imatura. [...] Nestes trinta anos incompletos desde janeiro de 1985, a democracia no Brasil foi testada, e resistia a quatro grandes crises” (ed. nº 2395). Vemos uma tentativa de definir de maneira absoluta a maturidade do regime democrático no país, argumentando que “[...] a alternância pacífica de poder entre forças políticas opostas dominantes é aceita universalmente como prova de maturidade democrática” (ed. nº 2395).

Ainda avaliações do domínio da *ética* são verificáveis no que diz respeito a valores como *responsabilidade* e *justiça* quando o locutor apresenta as quatro crises que representaram uma ameaça à democracia e enfatiza, no fim da *Carta*, que no governo do PT vários intentos antidemocráticos foram levantados pelo partido, mas foram frustrados pela sociedade. O trecho abaixo demonstra o apontamento das ameaças partidas do PT:

Durante o governo do PT surgiram de suas alas radicais tentativas de ferir a normalidade democrática com a campanha pelo terceiro mandato de Lula, a volta da censura à imprensa, a estatização da economia e o apoio externo a ditaduras. Todas vêm sendo rechaçadas, não por falta de vontade dos seus

proponentes mais exaltados, mas por resistência da sociedade brasileira. VEJA se orgulha de ter feito parte dessa resistência (edição nº 2395).

A *descrição narrativa* é utilizada como principal procedimento discursivo a fim de produzir a prova do seu argumento central (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). O locutor conta como a democracia teria amadurecido ao enfrentar tais crises e ameaças, indicando fatos pertinentes ao seu diagnóstico. Também temos o recurso da *citação* funcionando como *testemunho de uma experiência*. Primeiramente, Tancredo Neves é mencionado como figura principal do primeiro teste à democracia brasileira:

“Façam de mim o que quiserem – depois da posse”, dizia Tancredo aos médicos que, informados de suas fortes dores abdominais, vinham tentando interná-lo para exames. Tancredo, avô de Aécio Neves, candidato a presidente nas atuais eleições, temia que os militares linha-dura usassem a doença como pretexto para adiar a devolução do poder aos civis (edição nº 2395).

Depois, Jânio Quadros é citado no intuito de argumentar que nem mesmo uma situação de estabilidade é garantia de continuidade à ordem democrática:

Basta lembrar que, ao ser empossado na Presidência da República em 1963, Jânio Quadros saudou seu antecessor, Juscelino Kubitschek, com uma frase nada profética: “O governo de Vossa Excelência que ora finda terá seu lugar marcado na história por ter estabelecido em bases definitivas os princípios do regime democrático no Brasil”. Oito meses depois Jânio renuncia, lançando sobre a política uma dose cavalgar de instabilidade que resultou, mais tarde, em 21 anos de ditadura militar (edição nº 2395).

Verificados tais procedimentos, podemos inferir que o locutor mantém sua tentativa de aliança com o seu leitor e com a própria nação brasileira, exibindo um perfil preocupado com a manutenção da democracia representativa no país. E coloca a si mesmo como alguém engajado nisto, quando afirma que a *Veja*, em nome de quem fala, se orgulha de ter feito parte da resistência posta pela sociedade do país frente às últimas tentativas de ameaça lideradas pelo PT. Em oposição a este *ethos*, podemos identificar o *anti-ethos* em uma figura que representaria tais ameaças: a figura do radical de esquerda, cujos princípios acabam por ferir a liberdade de imprensa e o regime democrático, além de estatizar a economia e apoiar regimes ditatoriais.

Na passagem em que faz esses apontamentos, o nome de Lula aparece ligado a tais tentativas. Já o nome de Aécio Neves, então candidato nas eleições, aparece ligado à figura de seu avô Tancredo Neves, mártir do primeiro teste à democracia no Brasil. Uma discreta ligação, mas ainda assim presente. Se a revista não faz uma campanha direta para determinado candidato (e nem poderia fazê-lo, pois seria apontada como contraditória aos seus próprios princípios de imparcialidade e objetividade), podemos perceber que o nome de Aécio Neves é discretamente mencionado como alguém que compartilha de valores avaliados como positivos (como a defesa

da democracia) ou de opiniões semelhantes às do locutor/da revista (como no caso de Dilma diante da Assembleia-Geral da ONU, visto anteriormente).

O quarto texto apresenta um diagnóstico da realidade do país e uma visão sobre as possibilidades para o seu futuro:

Entre a Polônia e o Djibuti

Durante um ano, cerca de 2.000 cidadãos de 51 cidades se juntaram a mais de 150 especialistas em saúde, educação, segurança pública, tributação e gestão pública para, com o apoio de Arapyauí, Brava, Centro de Liderança Pública (CLP), Comunitas, Instituto Queiroz Jereissati, Movimento Brasil Competitivo, McKinsey Global Institute (MGI) e Instituto Semeia, produzir o “Visão 2030”, um dos mais completos estudos sobre a realidade brasileira. Uma reportagem especial desta edição de VEJA publica o resultado desse esforço. O Visão Brasil 2030 vai além do diagnóstico da atual situação brasileira e adianta uma avaliação sobre que tipo de país, realisticamente, podemos vir a ser dentro de quinze anos.

A primeira conclusão é que, inserido em um mundo de economia dinâmica e competitiva, o Brasil não tem como opção permanecer onde está, com um PIB per capita de apenas 11000 dólares, patamar de renda que nos permite uma qualidade de vida intermediária entre a da África do Sul e a do Gabão. É uma vergonha para um país que se pretende um ator de primeira grandeza no palco da diplomacia e da economia mundiais. Mas nem esse posto nos está assegurado. Uma má notícia é que, mantidas as atuais circunstâncias, vamos afundar, regredindo aos padrões em que hoje se encontra o Djibuti, país em que quase metade da população ganha menos que o mínimo necessário para a sobrevivência.

A boa notícia é que, se nos próximos vinte anos os governos brasileiros contribuírem para a instalação de um ambiente propício à criação sustentável de riqueza, o Brasil poderá mais do que dobrar sua renda per capita, chegando a 24000 dólares, e assim atingir a qualidade de vida que hoje desfrutam alguns países da União Europeia, como Polônia e Portugal. É muito esforço para pouco resultado? Longe disso. Atualmente, a qualidade de vida para a maioria da população daqueles países é superior ao padrão de nossa classe média alta – e inimaginavelmente melhor se comparado com a dos brasileiros menos favorecidos.

Basta compreender a opção de afundarmos para que fiquemos animados com a perspectiva de equiparação a países europeus, mesmo que não os de ponta. O Brasil precisa se descomplicar e começar a crescer em um ritmo, pelo menos, superior ao dobro dos 2% anuais dos últimos quatro anos. O momento demográfico nos é extremamente favorável agora, mas, se não o aproveitarmos para acelerar o crescimento econômico, poderemos não ter recursos para pagar as aposentadorias das pessoas que hoje contribuem para fundos de pensão ou das que dependerão do sistema público. O desafio atual é bem claro. Nossa sociedade tem que enriquecer antes de envelhecer. O Brasil vai ser o que dele nós fizermos, com nossas ações e nossas omissões. A escolha é nossa (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2396, p. 12).

Tal estudo foi apresentado como independente de ideologias ou afiliações, com uma proposta que transcende qualquer partidarismo a fim de apontar caminhos para que o Brasil possa chegar a 2030 entre as nações mais desenvolvidas do mundo, e partindo das seguintes premissas: que o Brasil é uma democracia; que a Constituição Federal de 1988 deve ser respeitada, que adota o modelo econômico do capitalismo, e que o governo tem e continuará tendo relevância considerável na gestão e economia brasileira (VISÃO..., 2014, p. 6). Entretanto, o “Visão 2030” foi realizado com o apoio de certos grupos ligados a grandes empresas atuantes no país (organizações não governamentais, empresas, institutos de

capacitação em gestão, etc.)⁸⁰. Suas conclusões indicam a necessidade de certas reformas estruturais cujas bases estão na administração privada empresarial: alterar o sistema de funcionalismo com foco em um modelo de desempenho e resultados, reforma administrativa com revisão dos papéis dos ministérios, simplificação tributária, alteração das regras previdenciárias, implementação de uma cultura de gestão em saúde, educação e segurança pública, etc. (VISÃO..., 2014, p. 62-63)

Na *Carta de Veja*, percebemos avaliações do domínio *ético* como principais procedimentos semânticos utilizados (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236). Quando apresenta a análise da realidade brasileira, parecem estar em questão a *responsabilidade* e o *esforço e superação* dos governantes do país, que não conseguem alavancar nosso PIB e nossa qualidade de vida. Ao final, o locutor compartilha essa *responsabilidade* dos governantes com um *nós*, os brasileiros, onde se inclui. “O Brasil vai ser o que dele *nós fizemos*, com *nossas* ações e *nossas* omissões. A escolha é *nossa*” (ed. nº 2396); “Se *fizemos* tudo certo, o Brasil poderá, em vinte anos, ter uma qualidade de vida igual à da Polônia de hoje” (ed. nº 2396, legenda da foto). Como mencionado anteriormente, percebemos nesse uso da terceira pessoa uma tentativa de aproximação com o leitor e com a nação brasileira, dado o momento oportuno das eleições. O valor da *solidariedade* está em questão, colocando o futuro do país como algo que diz respeito a todos os cidadãos. Cabe a cada um agir de certa maneira a colocar o Brasil entre os principais países em nível de desenvolvimento.

Os procedimentos discursivos que se destacam no texto são a *definição*, a *comparação* e o *questionamento* (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). A *definição* é verificada em torno da noção de “escolha”, definindo-a como “nossa”, como visto acima. Mesmo que não seja exatamente uma definição sobre o que é “escolher”, temos uma qualificação da noção, atribuindo-a a *nós*, dando-lhe um sentido. Trata-se da produção de um *efeito de saber* para o locutor, que se mostra alguém que entende de quem é a responsabilidade sobre o futuro da nação. Já a *comparação* percebida é uma comparação do Brasil com o Outro. Trata-se de uma produção de um *efeito pedagógico*, ou seja, compara para ilustrar os patamares de desenvolvimento que está nosso país em relação a outros. A realidade brasileira em 2014 era *semelhante* à da África do Sul e do Gabão, ainda que “localizada entre elas” em um *ranking* de qualidade de vida. Já em relação a Portugal e Polônia, nossa situação de *dessemelhança* nos coloca com um PIB menor do que a metade do necessário para atingir uma qualidade de vida próxima a desses países. O procedimento do *questionamento argumentativo* é utilizado

⁸⁰ Instituto Arapyaú, Brava, Centro de Liderança Pública (CLP), Comunitas, Instituto Queiroz Jereissati, Movimento Brasil Competitivo, McKinsey Global Institute (MGI) e Fundação Lemann (VISÃO..., 2014).

também, com uma visada de *denegação*, negando um argumento de forma quase concomitante à realização da pergunta: “É muito esforço para pouco resultado? Longe disso”. É uma maneira antecipada de contradizer o interlocutor que pudesse argumentar que vinte anos de esforço seria demais para atingir um patamar de desenvolvimento não tão alto, como o desses países.

Mais uma vez, percebemos um *ethos* discursivo preocupado com o Brasil e engajado em publicar informações que julga pertinentes ao exercício da cidadania e da democracia, dado o tema desta *Carta* e o contexto eleitoral. Resumindo seu diagnóstico, eis um Brasil próximo à África do Sul e do Gabão em relação à qualidade de vida e que, mantidas as atuais circunstâncias, irá regredir a padrões próximos ao do Djibuti. Um Brasil cuja qualidade de vida da classe média alta é inferior à da maioria da população da Polônia e de Portugal. Um Brasil complicado, com baixo crescimento econômico e que, se não tomar providências, poderá não ter recursos para arcar com as aposentadorias das pessoas que contribuem para fundos de pensão ou que dependerão do sistema público.

Não há menção a nenhum grupo ou partido político, tampouco a nenhuma figura política. Entretanto, se trata de uma publicação no mês das eleições e que a “situação” do governo atual é do PT, que tenta a reeleição. Podemos inferir que a preocupação do locutor com o futuro do país sugere que é preciso mudança, a fim de que se possa romper com o estado atual de coisas e alcançar patamares mais altos de qualidade de vida e crescimento econômico.

O quinto texto desta série trata da delação premiada do doleiro Alberto Youssef em função de um esquema de corrupção envolvendo o PT e a Petrobras durante os governos de Lula e Dilma.

Choque de realidade

Em sua edição de 10 de setembro, VEJA escreveu na Carta ao Leitor: “O governo de Dilma Rousseff pode estar na iminência de enfrentar um escândalo de proporções semelhantes às do mensalão”. Começavam naquela semana os depoimentos à Polícia Federal e ao Ministério Público de Paulo Roberto Costa, ex-diretor de Abastecimento da Petrobras, como parte de seu acordo de delação premiada. Costa, antecipou VEJA, disse aos delegados da PF e aos promotores que nos governos de Lula e Dilma Rousseff a Petrobras foi usada como fonte de dinheiro com que o PT comprava a fidelidade de aliados no Congresso Nacional. Em depoimento posterior, também revelado com antecedência pelos repórteres de VEJA, Paulo Roberto Costa relatou aos

policiais que Alberto Youssef, o doleiro preso que fazia o papel de banco clandestino do grupo, seria capaz de dar ainda mais detalhes sobre o funcionamento do esquema de corrupção e as responsabilidades de cada um dos envolvidos. Nesta edição VEJA publica com exclusividade trechos inéditos da delação premiada de Youssef feita na última terça-feira:

- O Planalto sabia de tudo – disse Youssef.

- Mas quem no Planalto? – perguntou o delegado.

- Lula e Dilma – respondeu o doleiro.

Youssef ocupa uma das celas da carceragem da Polícia Federal em Curitiba, de onde, nas últimas duas semanas, tem sido retirado e levado à sala de depoimentos. Ele está com a cabeça raspada, magro, abatido. Sua rotina consiste em conversar com seus advogados e com os outros três presos ocupantes de celas

próximas. Demonstra ter uma memória prodigiosa nos depoimentos, que podem chegar a durar quinze horas. Consola-se com o fato de ter aceitado o pedido comovido das duas filhas para que recorresse à delação premiada, instrumento jurídico em que um acusado tenta obter penas mais brandas em troca de revelações, indícios, provas e pistas úteis para a investigação.

Nos últimos depoimentos, Youssef disse que Lula participou da montagem do esquema de corrupção na Petrobras e que Dilma Rousseff sabia de tudo quando era ministra-chefe da Casa Civil e, depois, já eleita presidente da República. A sala despojada, a rotina do registro das informações dadas pelo doleiro, o trabalho disciplinado, quase litúrgico, dos delegados e promotores emprestavam à cena uma falsa sensação de normalidade. Mas é explosivo o que foi dito, registrado e anexado ao processo de delação premiada de Youssef. O conteúdo logo estará nas mãos do juiz Sérgio Moro, responsável pelo caso, em que passam a constar como suspeitos um ex e uma atual e, quem sabe, futura presidente da República.

Pelo papel de operadores no esquema de corrupção, pela qualidade e quantidade de provas que os depoentes estão entregando e pela acusação não mais genericamente aos governos, mas às figuras de Lula e Dilma, as consequências do escândalo são difíceis de mensurar. É verdade tudo o que Costa e Youssef dizem? Como beneficiários da delação premiada, eles não têm vantagem alguma em mentir. A própria Dilma aceitou a delação como verdade, a ponto de afirmar em um debate na TV o seguinte: “(...) quando se verifica que houve propina para o PSDB (...)”. Portanto, pelo mesmo critério da presidente, não poderá ser surpresa se “se verificar” que Youssef está dizendo a verdade sobre ela e Lula.

VEJA publica essa reportagem às vésperas do turno decisivo das eleições presidenciais obedecendo unicamente ao dever jornalístico de informar imediatamente os fatos relevantes a que seus repórteres têm acesso. Basta imaginar a temeridade que seria não trazê-los à luz para avaliar a gravidade e a necessidade do cumprimento desse dever (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2397, p. 12).

Os principais valores utilizados como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) pertencem ao domínio de avaliação do *ético*. Ao expor trechos do depoimento do doleiro que declara que aqueles políticos sabiam de tal esquema, o locutor põe em questão a moral dos governantes, com base nas regras de comportamento impostas ao indivíduo pelo consenso social, segundo valores como *honestidade e lealdade e responsabilidade*. Além disso, avalia o papel da revista em publicar essas informações, ainda que sejam desagradáveis, já que podem ser relevantes para a escolha do voto. Vemos uma autoavaliação, com base em uma *moral interna e externa* ao mesmo tempo, já que apresenta coerência com seu discurso de “verdade acima de tudo” e também está de acordo com aqueles valores que com faz o julgamento dos envolvidos no caso em tela.

VEJA publica essa reportagem às vésperas do turno decisivo das eleições presidenciais obedecendo unicamente ao dever jornalístico de informar imediatamente os fatos relevantes a que seus repórteres têm acesso. Basta imaginar a temeridade que seria não trazê-los à luz para avaliar a gravidade do cumprimento deste dever (edição nº 2397).

Os principais procedimentos discursivos identificados são a *descrição narrativa*, o *questionamento* e a *citação* (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243). A *descrição narrativa* é percebida quando o locutor conta uma história sobre como foi o depoimento de Youssef, como funcionava o esquema de corrupção, como é a sua rotina na carceragem e nas visitas à Polícia

Federal. Trata-se de uma maneira de reforçar a ideia, ou a *prova*, de que Lula e Dilma sabiam e participavam do negócio. O *questionamento argumentativo* aparece com uma visada de *denegação*: “É verdade tudo o que Costa e Youssef dizem? Como beneficiários da delação premiada, eles não têm vantagem alguma em mentir. A própria Dilma aceitou a delação como verdade...” (ed. nº 2397). Ao supor e antecipar uma possível pergunta contra-argumentativa dos defensores dos petistas, o locutor lança a resposta utilizando-se de uma referência à figura da própria Dilma, que poderia alegar a invalidade da fala do doleiro. Já a *citação* pode ser percebida nas outras vozes que surgem no texto. O ex-diretor da Petrobras, Roberto Costa, é mencionado através do discurso indireto como *testemunho de um dizer*, a fim de provar a veracidade do envolvimento dos petistas no escândalo. O doleiro também surge, em discurso direto e indireto, como *testemunho de um dizer* e *testemunho de uma experiência*, pois teria vivenciado o esquema. Vejamos o trecho a seguir:

Costa, antecipou VEJA, disse aos delegados da PF e aos promotores que nos governos de Lula e Dilma Rousseff a Petrobras foi usada como fonte de dinheiro com que o PT comprava a fidelidade de aliados no Congresso Nacional. Em depoimento posterior, também revelado com antecedência pelos repórteres de VEJA, Paulo Roberto Costa relatou aos policiais que Alberto Youssef, o doleiro preso que fazia o papel de banco clandestino do grupo [...]. Nesta edição VEJA publica com exclusividade trechos inéditos da delação premiada de Youssef feita na última terça-feira:

- O Planalto sabia de tudo – disse Youssef.
- Mas quem no Planalto? – perguntou o delegado.
- Lula e Dilma – respondeu o doleiro (edição nº 2397).

Mais uma vez, verificamos uma autocitação de *Veja* a escritos de edições anteriores. Trata-se também de um *testemunho de um dizer*, de alguém já havia antecipado o tamanho do problema que surgiria no governo a partir do início dos depoimentos de Roberto Costa. O locutor utiliza a própria revista como fonte para o assunto que trata, eis uma forma de reforçar a sua importância perante o seu público, afirmando a assertividade de suas publicações.

Em sua edição de 10 de setembro, VEJA escreveu na Carta ao Leitor: “O governo de Dilma Rousseff pode estar na iminência de enfrentar um escândalo de proporções semelhantes às do mensalão”. Começavam naquela semana os depoimentos à Polícia Federal e ao Ministério Público de Paulo Roberto Costa... (edição nº 2397).

O *ethos discursivo* reflete um alguém que está sempre fazendo avaliações éticas sobre os políticos do país, apresentando seus comportamentos e atitudes que vão contra os interesses públicos. Alguém que reiteradas vezes confirma o papel da revista de denúncia e antecipação de informações relevantes ao seu leitor e, mais além, à própria nação, com quem tenta estabelecer uma relação de confiança ao apresentar um discurso de defesa do exercício da

democracia pelos cidadãos brasileiros. As figuras do PT novamente aparecem como o *anti-ethos*: o corrupto, descomprometido com a nação, o amoral, participante de negociatas, cujas atitudes e tomadas de decisão acabam por prejudicar o país.

A partir da análise realizada nesta seção, podemos sugerir a identificação de algumas construções que se encaixam naquelas estratégias linguísticas de construção simbólica da ideologia que busca verificar (THOMPSON, 1995), vejamos:

- a *legitimação* da sua visão de mundo através da *universalização* quando elenca item por item das “coisas que não mudam” (ed. nº 2394), apresentando suas ideias como ideias universais;

- a *dissimulação* acerca dos motivos de existência das desigualdades é percebida em: “A desigualdade social e econômica continuará sendo resultado direto da oferta desigual de educação” (ed. nº 2394). Como se o único motivo desses problemas fosse a oferta desigual de educação, ocultando outros elementos que podem influenciá-los e estabelecendo uma lógica direta entre a oferta mais equânime de educação e uma menor desigualdade, como se fosse uma garantia de resultado independente de outros fatores sociais, culturais, individuais.

- a *unificação* através da construção simbólica de uma identidade brasileira que partilha dos mesmos valores e princípios político-econômicos apresentados pela revista: “[...] mas por resistência da sociedade brasileira. VEJA se orgulha de ter feito parte dessa resistência” (edição nº 2395). O locutor coloca a entidade *Veja* como parte dessa sociedade uma que luta em defesa dos ideais democráticos identificados no seu próprio texto;

- a *fragmentação* através: (1) da *diferenciação*, pela ênfase nas diferenças entre a presidente brasileira e o “resto do mundo” (ed. nº 2393), quando enfatiza (ed. nº 2396) a situação em que se encontra o país sob o comando do grupo político atual e que tais condições representam uma ameaça ao futuro do país, e quando apresenta (ed. nº 2394) as coisas que são “integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado”, indicando que quem não compartilha dessas mesmas ideias acerca da economia não faz parte do mundo “civilizado”; e (2) do *expurgo do outro*, pela constituição de um inimigo comum visto como uma ameaça, apresentando Lula, Dilma e o PT quase como um inimigo, uma ameaça à democracia e à economia do Brasil e que deve ser resistido coletivamente – o que, pela ocasião, deixa a entender que o combate deve ser finalizado nas urnas (ed. nº 2393 e nº 2395). Cria-se uma correlação, frequentemente retomada, entre pessoas ligadas ao PT e certos problemas do país. Um sentido proposto de que esses políticos não possuem os valores éticos e a competência necessários à condução do governo do Brasil. A foto apresentada na *Carta* da edição nº 2397 reforça esta ideia, onde se vê uma estrela, símbolo utilizado pelo PT como identidade visual.

Destaque-se a cor preta, anulando o vermelho utilizado pelo partido e fazendo referência à Petrobras, suposta fonte de renda com que o PT comprava a fidelidade de aliados no Congresso Nacional, cuja principal razão de existir é a extração do petróleo, de cor negra:

Figura 4. Imagem da página da *Carta ao Leitor* de 29/10/2014.



Fonte: Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2397, p. 12.

Figura 5. Detalhe da imagem do centro da página.



Fonte: Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2397, p. 12.

- a *reificação* através da *eternalização* a respeito do Brasil e do mundo ao mencionar “aquilo que não muda” (ed. nº 2394). As “integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado” são apresentadas como se as tais sociedades civilizadas (embora não as especifique) tivessem chegado a esta forma de comandar os rumos da economia e isto nunca mais fosse alterado. Através dos estudos de História, podemos apreender que as coisas do mundo não rumam a um estado certo, como em uma visão teleológica, e que o estado das coisas não é permanente.

Sobre a temática da *nação*, podemos apreender destes artigos ideias que compõem um *diagnóstico da realidade brasileira* e uma *visão acerca do futuro*. Seríamos um país portador de uma democracia madura (ed. nº 2395) em razão da alternância pacífica do poder entre forças políticas opostas dominantes e do enfrentamento e superação de quatro crises, tendo sido ameaçada: (1) pelos militares linha-dura, (2) pela corrupção de Fernando Collor e seu governo, (3) pela crise gerada pela prisão do presidente do Banco Central durante o governo FHC, e (4) pelo escândalo do “mensalão” do PT durante o seu governo.

Entretanto, nem mesmo uma democracia madura estaria assegurada e livre de certos golpes que poderiam abalá-la. Um governo impregnado pela corrupção, como o de então, poderia, mais uma vez, ameaçar o estado do regime democrático brasileiro. A ênfase nos escândalos que envolvem os governos do PT desde os mandatos de Lula até os de Dilma (ed. nº 2397) põe em alerta os cidadãos. Além de imerso na corrupção, a postura do governo, ligada a ideais e atuações socialistas e bolivarianas, representariam, mais do que um perigo, um atraso

para o Brasil (ed. nº 2393). As atitudes da presidente perante a Assembleia-Geral da ONU e perante o mundo demonstrariam que o país está na em desalinho com os principais atores do cenário mundial.

Ademais, um país que se quer também protagonista deveria envergonhar-se de sua situação econômica e de desenvolvimento social (ed. nº 2396). Nossa desigualdade social e econômica seriam resultados diretos da oferta desigual de educação (ed. nº 2394). A realidade do nosso PIB nos permitirá uma qualidade de vida intermediária entre a África do Sul e o Gabão. E mantidas tais circunstâncias (condições políticas e econômicas), a tendência seria piorar e regredir a patamares semelhantes ao Djibuti, “país em que quase metade da população ganha menos que o mínimo necessário para a sobrevivência” (ed. nº 2396).

Para melhorar, o Brasil precisa se “descomplicar e começar a crescer em um ritmo, pelo menos, superior ao dobro dos 2% anuais dos últimos quatro anos” (de governo do PT) (ed. nº 2396), a fim de que possa ter condições de se desenvolver e alcançar uma qualidade de vida semelhante a países como Portugal e Polônia – que não são países de destaque na União Europeia, mas cuja “qualidade de vida para a maioria da população daqueles países é superior ao padrão de nossa classe média alta – e inimaginavelmente melhor se comparado com a dos brasileiros menos favorecidos” (ed. nº 2396). O momento demográfico é favorável e a sociedade precisa enriquecer antes de envelhecer.

Os melhores caminhos para o futuro do Brasil são indicados com base nos seguintes pilares, que deveriam ser levados em conta tanto pelos políticos candidatos nas eleições daquele ano quanto pelos eleitores ao fazer suas escolhas (ed. nº 2394): livre-iniciativa, democracia representativa, “sociedade aberta”, liberdade de expressão, defesa do mercado como regulador dos governos e dos governos como reguladores do mercado, defesa da diversidade contra a imposição de valores de um grupo político sobre toda a sociedade; em oposição a sociedades estatizantes, que serão sempre menos saudáveis e mais corruptas.

Assim, pudemos observar a proposição de certos elementos de identificação coletiva, como sugerem Bauman (2005) e Thompson (2008). Nossa atuação, seja no futebol, seja na maneira de conduzir o país, não apresenta os melhores resultados. Mesmo que não tenhamos, social e culturalmente, as melhores qualidades que um povo pode ter, precisamos “reverter o resultado e vencer este jogo”. Vemos a sugestão de que devemos trabalhar de maneira a nos integrarmos aos outros países de maneira mais “atualizada”, mais alinhada aos protagonistas do cenário político mundial. Eis um exemplo de que o imaginário de um Estado-nação não é oposto ao imaginário da globalização (LAVAL, DARDOT & FERNÁNDEZ-SAVATER, 2017).

As ideias apresentadas por *Veja* são ajustadas aos seus interesses, no sentido de que propõem uma solução de acordo com as suas concepções de mundo, como se seguissem uma lógica natural.

5.4 Jogos Olímpicos Rio 2016

Da mesma maneira que a Copa do Mundo de 2014, as Olimpíadas sediadas no Brasil põem em voga nossa nação, nossos atributos e qualidades (positivas e negativas). Eis outro evento que serve como tema para a discussão acerca de nossa identidade e de nosso país.

São quatro os artigos que formam esta seção: *As ousadas inovações de Veja* (de 03/08/2016, ed. n° 2489, p. 10-11), *Além da televisão* (de 10/08/2016, ed. n° 2490, p. 12), *Um Brasil original* (de 17/08/2016, ed. n° 2491, p. 10-11) e *Um futuro comum* (de 24/08/2016, ed. n° 2492, p. 10). De todos, dois tratam do tema das Olimpíadas.

Em três dessas *Cartas* o locutor aparece implícito no uso da terceira pessoa, mantendo aquela proposta de objetividade e neutralidade verificada até então. “*Excetuando-se as capas, as quatro versões de VEJA...*” (ed. n° 2489, grifo nosso); “*Na Olimpíada do Rio, [...] o assunto tornou-se um dos mais comentados...*” (ed. n° 2491, grifo nosso). Já o *nós* utilizado no texto da edição n° 2490, apenas uma vez, não mantém exatamente a coerência com os outros usos percebidos. “*A idade média dos profissionais que compõem a redação de VEJA é de 34,8 anos. Somos, na maioria, gente que já entrara na casa dos 20 quando surgiu uma novidade estrondosa no mundo da internet: o Youtube...*” (grifo nosso). Não podemos dizer que se trata de uma tentativa de aproximação com o seu interlocutor. Desta vez, deste uso da primeira pessoa do plural podemos extrair a demarcação do seu *lugar* de fala e a identificação desta instância compósita que define o espaço de produção deste conteúdo. Temos, assim, não um único indivíduo falante, mas um locutor plural, pertencente à redação de uma revista produzida por um grande grupo midiático que estende sua atuação para diversas áreas do mercado brasileiro (mídia, gráfica, distribuição e logística⁸¹).

O uso da terceira pessoa na maioria dos textos indica uma maneira de se colocar que é coerente com o seu discurso de neutralidade e compromisso com a verdade, conforme já examinado. O que quase esconde do leitor a identidade deste locutor e do seu lugar discursivo. É quase uma tentativa de anular a sua presença da sua própria produção como quem se utiliza de um positivismo ortodoxo nas ciências. Esse discurso ou é falso, ou é ingênuo, dada a

⁸¹ QUEM SOMOS, S/D.

impossibilidade de anulação completa do *eu* destes produtores e de tudo o que ele carrega como visões de mundo, formas de interpretação, capacidade intelectual, cultura, etc. Isto sem mencionar os interesses e compromissos com certos grupos que cada um assume e que, de certa forma e possivelmente, influenciarão os seus trabalhos.

A maneira de mencionar a revista, sempre através de *prosopopeia* e também em terceira pessoa, a pessoa fora do ato comunicativo (BENVENISTE, 1966), suplementa esta pretensa objetividade. Recorre à autoridade desta coisa maior que a própria equipe de redação para demonstrar o seu trabalho em nome da verdade. “[...] é um desafio que *VEJA* se impôs para saciar a curiosidade dos leitores...” (ed. nº 2489, grifo nosso); “Para entender quem é o youtuber mais popular do Brasil, *VEJA* destacou a repórter...” (ed. nº 2490, grifo nosso); “[...] a revista sempre esteve atenta à imagem do Brasil aos olhos do mundo” (ed. nº 2491, grifo nosso).

A identificação e o lugar do interlocutor são perceptíveis nas indicações acerca das reportagens da edição apresentada tanto quanto no próprio propósito de *Veja* de ser a fonte confiável e engajada de informações importantes e úteis ao leitor. Uma fonte de verdade. Com a licença da repetição de alguns trechos, vejamos: “A edição que o *leitor* tem em mãos é *fruto da competência e dedicação de dezenas de profissionais [...] empenhou-se em trazer aos leitores algumas inovações ousadas*” (ed. nº 2489, grifo nosso); “[...] é um desafio que *VEJA* se impôs para *saciar a curiosidades dos leitores...*” (ed. nº 2489, grifo nosso). O interlocutor é aquele que precisa do empenho de *Veja* para ter suas necessidades e curiosidades atendidas. Um *faz saber* o outro, eis os papeis definidos pelo locutor e aceitos pelo interlocutor no contrato de comunicação estabelecido (CHARAUDEAU, 2012; 2015).

O evento escolhido como recorte para agrupar estes textos não se mostrou como tema enfatizado nos artigos, salvo na edição de nº 2491. Mas todos dizem respeito a assuntos recentes, procurando acompanhar os acontecimentos importantes do momento. É o tempo discursivo do *agora*. Entretanto, é preciso destacar que neste *agora* existe um espaço entre o tempo do acontecimento e o tempo da notícia pronta para ser consumida pelo leitor, que possibilita ao locutor a escolha da melhor maneira de dizer, a mais adequada aos seus propósitos. É um tempo diferente daquele da conversação face a face, onde o imediato implica em uma fluidez maior da comunicação através da fala. Eis o que parece ser mais uma vantagem do locutor sobre o seu interlocutor, além da assimetria comunicacional, no que diz respeito a construções simbólicas e proposição de sentido.

A primeira *Carta* deste grupo toca indiretamente no tema das Olimpíadas, pois apresenta uma série de inovações trazidas pela equipe da revista e que o leitor pode consumir enquanto os jogos acontecem.

AS OUSADAS INOVAÇÕES DE VEJA

A EDIÇÃO QUE O LEITOR TEM EM MÃOS é fruto da competência e dedicação de dezenas de profissionais, mas entre todos é inevitável apontar um destaque: o redator-chefe Fábio Altman, 52 anos de idade e sete de VEJA, nesta que é sua segunda passagem pela revista. Inigualável em sua paixão pelos esportes e incansável em sua disposição para o trabalho, Altman já cobriu cinco Copas do Mundo e três Olimpíadas e coordena a equipe de VEJA que cobrirá os dezenove dias de Jogos no Rio. Coordenou, também, a produção das 97 páginas especiais sobre a Olimpíada que compõem esta edição e empenhou-se em trazer aos leitores algumas inovações ousadas.

Uma delas é a seguinte: a partir da página 116, VEJA apresenta suas apostas sobre quem vai ficar com cada uma das 971 medalhas de ouro, prata e bronze na Olimpíada do Rio. É certo que a revista não vai acertar todas as apostas, mas o trabalho, feito em parceria com a empresa holandesa Gracenote, a mais respeitada do mundo em estatísticas do esporte, é um desafio que VEJA se impôs para saciar a curiosidade dos leitores e indicar onde está o favoritismo em todas as disputas. Diz Altman: “Quando a Olimpíada acabar, saberemos qual o nosso percentual de acerto, mas aposto que será maior que 65%”.

Como profissional que não se contenta em ficar apenas dentro da redação, Altman arregaçou as mangas para fazer reportagens. São de sua autoria o perfil e a entrevista exclusiva com Usain Bolt, o atleta mais rápido do mundo e a maior estrela da competição. Acompanhado do editor de imagens Xande Oliveira, Altman viajou para a Jamaica, onde conversou com Bolt e de onde trouxe uma gama de novidades para o leitor, inclusive um vídeo de 360 graus da

pacata cidadezinha onde o homem mais veloz do mundo nasceu e cresceu.

Outra exclusividade veio do trabalho do editor Alexandre Salvador, que, junto com o fotógrafo Gilberto Tadday, viajou para Miami e entrevistou o sérvio Novak Djokovic, o tenista número 1 da atualidade. As entrevistas, somadas aos perfis de duas atletas excepcionais, a nadadora americana Katie Ladecky e a brasileira Fabiana Murer, dona da melhor marca do salto com vara de 2016, compõem um conteúdo tão saboroso que VEJA resolveu entregar aos leitores quatro versões de capa, cada uma estampando o perfil de uma estrela olímpica. Excetuando-se as capas, as quatro versões de VEJA são rigorosamente iguais em tamanho e conteúdo.

Mais uma inovação da presente edição é a inédita conjugação do papel impresso com plataformas digitais. Com o smartphone, o leitor pode assistir a animações, vídeos em 360 graus e documentários. Pode passear virtualmente pelas instalações do Parque Olímpico, na Barra da Tijuca, ou sentir o efeito fascinante de imersão no salto com vara de Fabiana. Além, é claro, de ter em mãos o clássico guia completo, com as datas e os horários das principais competições.

Para VEJA, isso é apenas o começo. A partir desta sexta-feira, 5 de agosto, com o início oficial da Olimpíada, o site da revista estará ativo 24 horas por dia, com todas as notícias sobre a competição. Uma vez por dia, VEJA publicará edições especiais para tablets e smartphones, que poderão ser baixadas gratuitamente, e a TVEJA terá três edições olímpicas diárias. A todos, e em especial ao Rio de Janeiro, VEJA deseja uma grande Olimpíada! (*Carta ao leitor*. VEJA, edição nº 2489, p. 10-11).

Seu principal procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) está em utilizar-se de valores do domínio do *hedônico*. Trata de como o leitor pode empregar esses novos recursos lançados para acompanhar e divertir-se com o evento, dando-lhe um sentido de algo *agradável*, desfrutando do prazer “suscitado pela satisfação de um fim desejado *no instante*

mesmo de sua realização” (CHARAUDEAU, 2012, p. 232). No caso, o de, através da plataforma digital lançada de forma conjugada à edição impressa de *Veja*, “[...] assistir a animações, vídeos em 360 graus e documentários. [...] passear virtualmente pelas instalações do Parque Olímpico, na Barra da Tijuca, ou sentir o efeito fascinante de imersão no salto com vara de Fabiana” (ed. nº 2489). Além disso, “[...] VEJA apresenta suas apostas sobre quem vai ficar com cada uma das 971 medalhas de ouro, prata e bronze na Olimpíada do Rio. [...] é um desafio que VEJA se impôs para saciar a curiosidade dos leitores e indicar onde está o favoritismo em todas as disputas” (ed. nº 2489). O texto também indica as entrevistas que foram feitas com quatro dos principais atletas que participaram dos jogos olímpicos, apresentando um vídeo de 360 graus da cidade onde nasceu o atleta Usain Bolt. Vemos uma forma de incitar a criação de um desejo e uma curiosidade que podem ser saciados na medida em que se consomem os produtos oferecidos por *Veja* durante o evento.

O procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) destacado no texto é o da *citação* como *testemunho de um dizer*, que corrobora com o locutor em relação à importância que dá às apostas feitas pela equipe. A voz que surge é a do seu redator-chefe: “Diz Altman: ‘Quando a Olimpíada acabar, saberemos qual o nosso percentual de acerto, mas aposto que será maior que 65%’” (ed. nº 2489). Pode-se perceber uma maneira de autovalorização, uma forma de chamar a atenção do leitor para o seu empenho em apresentar seus novos produtos.

O locutor insiste sempre na tentativa de estabelecer uma relação com o seu público, aproximando-o da revista. *Veja* sempre é mencionada na terceira pessoa e de forma a dar-lhe características ou atribuir-lhes capacidades de ação que são humanas: “[...] *VEJA apresenta suas apostas...* [...] *é um desafio que VEJA se impõe* para saciar a curiosidade dos leitores e indicar onde está o favoritismo em todas as disputas” (ed. nº 2489, grifo nosso); “[...] *VEJA resolveu entregar aos leitores quatro versões de capa...*” (ed. nº 2489, grifo nosso); “*Para VEJA, isso é apenas o começo...*” (ed. nº 2489, grifo nosso); “[...] *VEJA publicará...*”; “A todos, e em especial ao Rio de Janeiro, *VEJA deseja* uma grande Olimpíada!” (ed. nº 2489, grifo nosso). Trata-se do uso da prosopopeia como uma estratégia discursiva que pode dar ao leitor a sensação de que está mais próxima de si, como um “igual”. O *ethos discursivo* é o de alguém comprometido com a revista e com os seus objetivos, engajado nos acontecimentos que ocorrem no Brasil e alinhado com as inovações tecnológicas.

Vejamos a segunda *Carta*:

ALÉM DA TELEVISÃO

A **IDADE MÉDIA** dos profissionais que compõem a redação de VEJA é de 34,8 anos. Somos, na maioria, gente que já entrara na casa dos 20 quando surgiu uma novidade estrondosa no mundo da internet: o YouTube, um canal de vídeos que, em pouco tempo, era negociado por mais de 1,5 bilhão de dólares. O YouTube começou atraindo pessoas que divulgavam vídeos de uma viagem, do bichinho de estimação, de uma festa de aniversário. Eram filmetes domésticos, amadores. Com o passar do tempo, o site foi recebendo vídeos cada vez mais sofisticados e em número crescente, e acabou criando uma profissão cuja natureza os mais velhos têm até dificuldade de compreender: a de youtuber, nome dado à pessoa que tem como principal atividade fazer vídeos e exibi-los no YouTube.

O piauiense, Whindersson Nunes, de 21 anos, vive disso. Ou melhor: enriqueceu com isso. Ele é o youtuber mais popular do Brasil. No fim do mês passado, seu canal no site ultrapassou a mítica cifra de 10 milhões de fãs, recorde nacional para um youtuber individual. Seus vídeos são feitos para rir, com tiradas engraçadas, irônicas, inventivas. Com a popularidade que adquiriu no YouTube, passou a fazer shows de stand-up comedy pelo Brasil. De família pobre, que chegou a enfrentar a

tragédia da fome, ele hoje fatura, só no site de vídeos, 100 000 reais por mês.

Para entender quem é o youtuber mais popular do Brasil, VEJA destacou a repórter Jennifer Ann Thomas, que tinha 15 anos quando a plataforma de vídeos foi criada. Para fazer a reportagem, acompanhada do fotógrafo Lailson Santos, ela passou um fim de semana com Whindersson Nunes em Teresina e constatou que o astro dos vídeos continua simples e humilde, admira Charles Chaplin e quer fazer cinema. A reportagem começa na página 94. Nela, os leitores também poderão ver cenas do cotidiano do youtuber e assistir ao seu vídeo mais popular, paródia impagável do hit *Hello*, da inglesa Adele.

Dez anos atrás, apenas dez anos, não havia nada como a popularidade de um Whindersson Nunes, e o próprio YouTube estava engatinhando. Hoje, ambos são prova inequívoca da rapidez com que se vão criando novas formas de entretenimento. Nesse caso, é a substituição da televisão, sobretudo a aberta, na rotina dos mais jovens. O Google, proprietário do site de vídeos, verificou através de uma pesquisa realizada neste ano que entre as vinte celebridades brasileiras mais admiradas pelos adolescentes dez são youtubers. Whindersson Nunes não precisou de uma emissora de televisão para alçar-se à fama. Na era digital, bastou fazer graça na internet (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2490, p. 12).

Como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236), podemos perceber a utilização de valores do domínio de avaliação do *pragmático*, fundados no que é *singular* e, portanto, se inscreve em uma *diferença* em relação a uma *norma de comportamento*. Trata-se da apresentação de um *youtuber* brasileiro, rapaz que enriqueceu trabalhando na nova profissão do mundo midiático. Tanto a atividade de fazer vídeos para exibição no YouTube quanto o próprio canal, há cerca de dez anos, eram coisas pouco conhecidas. O locutor apresenta a novidade que representa uma mudança em relação aos meios tradicionais de comunicação:

Com o passar do tempo, o site foi recebendo vídeos cada vez mais sofisticados e em número crescente, e *acabou criando uma profissão cuja natureza os mais velhos têm dificuldade de compreender*: a de youtuber...

O piauiense, Whindersson Nunes, de 21 anos, vive disso. Ou melhor: enriqueceu com isso.

[...]

Dez anos atrás, apenas *dez anos*, não havia nada como a popularidade de um Whindersson Nunes, e o próprio YouTube estava engatinhando. Hoje, ambos são prova inequívoca da rapidez com que se vão criando novas formas de

entretenimento. Nesse caso, é a substituição da televisão, sobretudo a aberta, na rotina dos mais jovens (ed. nº 2490, grifo nosso).

Além disso, podemos perceber a utilização de valores concernentes ao domínio *do pragmático e do ético* ao mesmo tempo quando dá o exemplo do menino pobre cujo esforço e trabalho foram recompensados com o sucesso e a riqueza: “Com a popularidade que adquiriu no YouTube, passou a fazer shows de stand-up comedy pelo Brasil. De família pobre, que chegou a enfrentar a tragédia da fome, ele hoje fatura, só no site de vídeos, 100 000 reais por mês”; “Whindersson Nunes não precisou de uma emissora de televisão para alçar-se à fama. Na era digital, bastou fazer graça na internet” (ed. nº 2490). Ou seja, valores que giram em torno da *organização racional da vida*, como o *trabalho*, o *sucesso*, o *mérito*.

Coerentemente com o procedimental semântico, os procedimentos discursivos identificados são a *descrição narrativa* e a *definição* sobre o tema em questão. O primeiro é percebido na maneira como o locutor descreve a história acerca do surgimento e ascensão do YouTube e acerca da vida de Whindersson Nunes:

O YouTube começou atraindo pessoas que divulgavam vídeos de uma viagem, do bichinho de estimação, de uma festa de aniversário. Eram filmes domésticos, amadores. Com o passar do tempo, o site foi recebendo vídeos cada vez mais sofisticados e em número crescente, e acabou criando uma profissão...
[...] Ele é o youtuber mais popular do Brasil. [...] De família pobre, que chegou... (ed. nº 2490).

Já a *definição* é vista em torno da noção de *youtuber*: “[...] nome dado à pessoa que tem como principal atividade fazer vídeos e exibi-los no YouTube”; “Ele é o youtuber mais popular do Brasil. [...] Seus vídeos são feitos para rir, com tiradas engraçadas, irônicas, inventivas” (ed. nº 2490). E ainda acerca da noção do canal mencionado, definindo-o como algo que traz “[...] novas formas de entretenimento. Nesse caso, é a substituição da televisão” (ed. nº 2490).

O assunto escolhido para esta *Carta* parece ser um prosseguimento do assunto da *Carta* anterior, as inovações tecnológicas que, de certa forma, representam uma ameaça às mídias mais tradicionais, como a imprensa. Agora, o locutor mostra que a equipe da revista, a própria revista, está acompanhando essas mudanças: “MIL FACES de Whindersson fazendo caras e bocas vestido de garçom e nas páginas de VEJA: astro sem TV” (ed. nº 2490, legenda da foto). Vemos um *ethos* de alguém “antenado” nas transformações que as novas tecnologias impõem aos meios de comunicação, assim como um alguém que quer mostrar-se popular à medida que reconhece o sucesso de alguém do interior do país que era pobre e enriqueceu ao tornar-se o *youtuber* nacional mais famoso.

Em meio à realização dos jogos olímpicos, o terceiro artigo deste grupo versa sobre a imagem do Brasil aos olhos do mundo e sobre a preocupação dos brasileiros com o que diz este olhar. O locutor da *Carta*, que fala em nome da revista, tenta aproximar-se do leitor e mais amplamente da nação, demonstrando a sua atenção às questões levantadas no país em razão do contato com os estrangeiros que vieram para os jogos.

UM BRASIL ORIGINAL

COMO DEMONSTRAM as capas de VEJA aqui reproduzidas, a revista sempre esteve atenta à imagem do Brasil aos olhos do mundo. Provavelmente, não há povo que não se interesse em saber o que dele pensam outros povos. Mas, pelos sinais exteriores de curiosidade, os brasileiros estão entre os que mais prestam atenção na opinião estrangeira. Na Olimpíada do Rio, com a presença na cidade de centenas de milhares de visitantes de fora e de toda a imprensa internacional, o assunto tornou-se um dos mais comentados e acessados no site de VEJA durante a semana.

Nesta edição, a revista aborda o assunto em reportagem que começa na página 70. O tema também fisionomizou a atenção dos colunistas. Em artigo escrito em forma de carta aos estrangeiros, Vilma Gryzinski, com seu timbre irônico, saúda a morte dos surrados estereótipos do brasileiro simpático e alegre. O texto está na página 28. Roberto Pompeu de Toledo, em sua coluna na última página, escreve que a pergunta “O que os estrangeiros acham de nós?” acaba por desdobrar-se em outra, mais profunda, “*Quem somos nós?*” – cuja resposta, como demonstra o colunista, é uma pérola de ambiguidade.

A tese mais popular para explicar o interesse brasileiro pelo olhar estrangeiro apóia-se no inventivo complexo de vira-lata, que o dramaturgo Nelson Rodrigues, em um de suas crônicas publicadas nos anos 1950, assim definiu: “É a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo”. Seríamos um povo que quebra o espelho mesmo quando está esplêndido em sua melhor indumentária. Narcisistas ao contrário. O vira-latismo não é conceito sociológico, categoria filosófica, síndrome psiquiátrica. *É apenas um bom achado de um cronista genial que percebeu um país inseguro de si mesmo.* Uma insegurança natural para uma nação que, desde o século XIX, começou a tentar imitar a elite europeia, escolhida então como modelo civilizatório.

Nisso tudo, o aspecto que não deve ser negligenciado é a *originalidade brasileira*, os traços permanentes da *cultura singular que aqui se forjou* – não uma cultura superior, nem melhor, apenas *singular*. Reconhecer e explorar essa originalidade não significa reinventar a roda nem abraçar heterodoxias. Significa entrar gostosamente no espaço do sonho, como uma Gisele Bündchen desfilando por 128 metros ao som de *Garota de Ipanema* (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2491, p. 10, grifo nosso).

Os principais procedimentos discursivos que podemos destacar são a *citação* e a *definição*. O locutor cita Nelson Rodrigues. Tal procedimento funciona como uma fonte de verdade, como *testemunho de um dizer e de um saber*, que ampara o seu argumento e serve para provar a veracidade das opiniões dos colunistas de *Veja*, cujos textos compõem a edição ora apresentada. Também podemos indicar que os próprios colunistas são citados com a mesma funcionalidade. Já a *definição* pode ser percebida na *distinção de sentido* em torno do conceito de Nelson Rodrigues. Ao adjetivá-lo e ao próprio cronista, ele enfatiza sua autoridade, dando maior peso e validade à qualidade por ele percebida em relação aos brasileiros.

O principal domínio de avaliação utilizado como recurso semântico é o da *verdade*, definindo algo concernente à *existência de seres em sua originalidade*. Trata-se de uma

observação acerca do comportamento brasileiro frente ao olhar do estrangeiro, o que demonstra, segundo o locutor, certo complexo de inferioridade, mas que não anula a originalidade de nossa cultura.

A reportagem indicada, que inicia na página 70 desta edição, tem o título *A caminho do pódio*. Ela relata a visão dos estrangeiros em relação ao Brasil antes e depois das Olimpíadas, mencionando a mídia de outros países além de escritos em inglês nas redes sociais. Antes do evento, circulavam mensagens de medo de ataques terroristas e do vírus da Zika. Depois do seu início, passaram a circular elogios aos pontos turísticos do Rio de Janeiro, às suas opções de lazer e à sua agitada vida noturna. Entretanto, quando se dedicaram a falar da organização e estrutura dos jogos, do comportamento do brasileiro e da cidade, as notícias que circularam na imprensa mundial eram mais negativas do que positivas. A reportagem conclui afirmando que os brasileiros se importam muito com que o mundo pensa deles. Citando o ensaísta americano especializado no Brasil, Benjamin Moser, e o antropólogo Roberto DaMatta, explica que isto seria uma questão histórica, em razão da sua construção a partir do olhar estrangeiro, e uma característica do povo brasileiro, de baixa autoestima e para quem a opinião própria não tem muito valor.

Já o artigo de Vilma Gryzinski indica que os estereótipos brasileiros de simpático e alegre foram quebrados com a presença do mundo no país e o “escarafunchar” dos nossos defeitos (ed. nº 2491, p. 28). Diz que talvez Darwin “tenha dado origem à espécie que ainda sofre de complexo de vira-lata”, pois, com base em sua visita ao Brasil durante a expedição *Beagle*, “Sobre os brasileiros, em geral, disse que ‘possuem uma pequena parte das qualidades que dignificam a humanidade; ignorantes, covardes e indolentes ao extremo; hospitaleiros e bem-dispostos enquanto isso não lhes der trabalho’”. Acaba ironizando com o próprio país: “Se quiserem, podem voltar a nos chamar de alegres e simpáticos. Vira-lata é carente mesmo, até de estereótipos”.

O referido texto de Pompeu de Toledo tem no título a pergunta *Quem somos nós?* (ed. nº 2491, p. 98). Tal pergunta surgiria de uma outra, *O que eles acharão de nós?*, que por sua vez surgiria de *O que eles acharão de estar aqui?*, referindo-se aos visitantes estrangeiros que vieram para assistir às Olimpíadas. A partir da visão do *outro*, identifica nossas características: somos um povo por demais efusivo, de comportamento ruidoso que às vezes se transforma em malcriação, que desrespeita os adversários com vaias e palavrões – mesmo que eles sejam nossos convidados; somos um povo descomprometido, que não respeita horários e que não gosta de encarar os compromissos com foco; somos um povo “diverso mas complacente”, que aceita que uma mulher negra e favelada chegue ao pódio com medalha de ouro mas, se ela

perde, chama-a de “macaca, cujo lugar é a jaula”. Eis porque o locutor da *Carta* conclui: “uma pérola de ambiguidade” (ed. nº 2491, p. 10).

Tal ambiguidade pode ser percebida no próprio locutor e, mais amplamente, no conteúdo da própria revista. Ao apresentar os artigos acima referidos, o locutor demonstra a sua preocupação com as opiniões estrangeiras, analisando-as e aceitando-as como uma descrição válida a nosso respeito. A partir da *Carta* e dos textos que remete, sem refutar o olhar do *outro* e ao mencionar nossa originalidade de maneira vaga, acaba por fazer a mesma coisa para a qual quer apresentar um olhar crítico: comporta-se como um brasileiro. Isto pode ser visto tanto como um reflexo da cultura sobre o produto da equipe da revista, que é brasileira, como uma maneira de atender aos interesses do público em conformidade com o que diz ter sido o assunto mais comentado da semana no seu site. Concluir o artigo dizendo que reconhecer e explorar a originalidade brasileira “Significa entrar gostosamente no espaço do sonho, como uma Gisele Bündchen desfilando por 128 metros ao som de Garota de Ipanema” parece mais uma maneira de “livrar-se” do seu próprio texto sem comprometer-se negativamente com o seu leitor e com a própria nação brasileira.

UM FUTURO COMUM

A RECONCILIAÇÃO de uma nação é sempre um processo doloroso e lento. Depois de quase meio século sob o regime do apartheid, a África do Sul precisou reaprender a viver sem criminalizar a cor da pele de seus cidadãos. Encerrados dezessete anos de uma ditadura militar particularmente brutal, o Chile precisou de um espírito conciliador ímpar para pacificar o país. É o mesmo processo pelo qual passaram inúmeras nações que enfrentaram a tragédia da guerra civil.

Felizmente, o Brasil não está saindo de um regime racista, uma ditadura militar, uma guerra civil ou um conflito de natureza violenta. Mas o processo de impeachment de Dilma Rousseff causou tamanha polarização na sociedade brasileira que, agora, às vésperas da votação que deverá resultar no afastamento definitivo da presidente, será necessário promover uma reconciliação nacional, de modo que os brasileiros possam voltar a conviver no palco político sem rancores tribais.

Não há um modelo universal para superar divergências mais ou menos profundas – e, por isso mesmo, cada sociedade descobre o próprio caminho. É certo, porém, que nenhum país se

recompõe com a arrogância dos vencedores e a intolerância dos vencidos. Tais sentimentos precisam ser substituídos por generosidade e humildade. A começar pela superação da ideia insultuosa de que eleitores de uma região votam com sabedoria, enquanto os de outra mal sabem o que fazem dentro da cabine de votação. Cada cidadão vota com a consciência que lhe é dado ter. E isso nem sempre é escolha.

Entre todas, a melhor forma de vencer a polarização política está em buscar uma visão comum de futuro, capaz de pairar sobre os inevitáveis fossos ideológicos. As distintas concepções de mundo entre direita e esquerda talvez jamais desapareçam, mas nem por isso o sonho de um destino nacional é uma quimera.

Basta que o país some forças em torno de questões consensuais, como está acontecendo no combate à corrupção, que se fortalece cada vez mais diante da enormidade dos escândalos. Um item tão fundamental quanto unânime é a luta contra a brutal desigualdade social no Brasil, que ainda é o principal obstáculo para a construção de uma sociedade mais democrática e mais produtiva. Que o processo de impeachment possa marcar o início de um novo tempo (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2492, p. 10).

O quarto texto desta série trata do processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, considerando o início da votação final no Senado na semana de sua publicação. Os principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) que podemos destacar são a *definição* e a *comparação*. A *definição* é percebida na *definição de um ser*, mais especificamente nas *distinções de sentido em torno da noção* de “reconciliação nacional”. A necessidade desta reconciliação teria surgido da polarização política causada na sociedade brasileira pelo processo de *impeachment* de Dilma Rousseff. A melhor forma de vencer esse processo “doloroso e lento” seria “buscar uma visão comum de futuro, capaz de pairar sobre os inevitáveis fossos ideológicos”.

[Dentre as questões consensuais entre os dois pólos desta divisão,] Um item tão fundamental quanto unânime é a luta contra a brutal desigualdade social no Brasil, que ainda é o principal obstáculo para a construção de uma sociedade mais democrática e mais produtiva (ed. nº 2492).

O procedimento da *comparação* também é utilizado como explicação, pondo em evidência uma *semelhança* entre a situação brasileira e as ocorridas na África do Sul, no Chile e outros países. Trata-se de uma maneira de comparar para ilustrar, ou seja, produz um *efeito pedagógico* a respeito da noção apresentada, a fim de dimensionar a gravidade do estado de coisas no país:

Depois de quase meio século sob o regime do apartheid, a África do Sul precisou reaprender a viver sem criminalizar a cor da pele de seus cidadãos. Encerrados dezessete anos de uma ditadura militar particularmente brutal, o Chile precisou de um espírito conciliador ímpar para pacificar o país. *É o mesmo* [vocábulo gramatical que marca a *comparação*] processo pelo qual passaram inúmeras nações que enfrentaram a tragédia da guerra civil (ed. nº 2492, grifo nosso).

Esta nação polarizada que “não está saindo de um regime racista, uma ditadura militar, uma guerra civil ou um conflito de natureza violenta” como nos casos comparados, também precisa de um “espírito conciliador ímpar para pacificar o país”. Podemos perceber uma reafirmação daquela tentativa de aproximação do seu interlocutor e da nação brasileira, na medida em que se constrói um *ethos* de alguém preocupado com o futuro do Brasil: “Que o processo de impeachment possa marcar o início de um novo tempo”. Além da polarização em questão, a corrupção e a desigualdade social também são indicadas como entraves para o nosso destino.

Os domínios de avaliação do *pragmático* e da *ética* podem ser destacados, de maneira combinada, como os principais procedimentos semânticos percebidos (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236), visto que o locutor sugere, a partir da experiência de “reconciliação” da

África do Sul e do Chile, que “será necessário promover uma reconciliação nacional, de modo que os brasileiros possam voltar a conviver no palco político sem rancores tribais”. Trata-se do uso de valores que se apoiam no que é *habitual* e se inscreve em uma *norma de comportamento*, como algo a ser seguido. Além disso, o *esforço*, a *superação*, a *responsabilidade* e a *justiça* de um problema também aparecem como referência:

É certo, porém, que nenhum país se recompõe com a arrogância dos vencedores e a intolerância dos vencidos. Tais sentimentos precisam ser substituídos por generosidade e humildade. A começar pela superação da ideia insultuosa de que eleitores de uma região votam com sabedoria, enquanto os de outra mal sabem o que fazem dentro da cabine de votação (ed. nº 2492).

É apresentada uma ideia a respeito de como conduzir o governo e a economia no Brasil, de maneira a superar as diferenças políticas e ideológicas em nome de algo comum, isto é, o futuro do país. Tenta manter-se neutro em relação à possibilidade da saída da presidente, mas espera que o processo possa marcar o início de um novo tempo. E ao dizer que os sentimentos de “arrogância dos vencedores” e de “intolerância dos vencidos” devem ser superados, dando lugar à “generosidade e humildade”, indica que o começo deve ser a anulação da ideia de que os eleitores de uma região não votam com sabedoria. Considera esta ideia “insultuosa”, mas parece concordar com ela ao tentar “defender” esses eleitores: “Cada cidadão vota com a consciência que lhe é dado ter. E isso nem sempre é escolha” (ed. nº 2492). Poderíamos ligar esta ideia à desaprovação da arrogância dos vencedores para inferir que há uma predição em relação ao resultado do *impeachment*. Isto se aceitarmos que há nela certa referência a uma fala comum no país que separa os eleitores do centro-sul dos eleitores do norte-nordeste, dando a esta região a responsabilidade de colocar e manter o PT no poder em razão da esperança de atendimento de certas necessidades básicas que visem a diminuir a sua situação histórica de pobreza e miséria. Os vencedores comemorariam a destituição de um governo escolhidos por aqueles que não sabem votar.

A partir dessa análise, verificamos que os dois primeiros textos não apresentam ideias destacáveis sobre a temática da *nação* e tampouco pudemos identificar algumas estratégias linguísticas de construção simbólica que poderiam representar uma ideologia. No terceiro artigo, por apresentar um retrato dos brasileiros, percebemos a constituição simbólica de uma unidade que interliga todos os brasileiros, desconsiderando as diferenças que existem entre a população do país que é bastante diversa e plural, espalhada em um grande território. Ao caracterizar “o brasileiro” como vimos e como resumiremos abaixo, constrói-se um símbolo de unidade e de identidade coletivas em nível nacional, ou seja, temos uma construção linguística da *unificação* através da *simbolização da unidade* (THOMPSON, 1995).

O brasileiro apresentado por *Veja* nestes artigos é alguém preocupado e apequenado diante do *outro* (ed. nº 2491). Tal característica teria origens históricas explicadas na construção do Brasil pelo estrangeiro e a partir de seu olhar. Seríamos um povo carente, carente de autoestima, de boas maneiras, de qualidades que dignificam o homem. Faltar-nos-ia organização e capacidade administrativa até para agradar a este olhar que nos preocupa. Descomprometidos, ofereceríamos o mais fácil: turismo natural, lazer e vida noturna. Mas nossa reconhecida simpatia acabaria no ponto em que começasse a nos dar trabalho. Nosso perfil ruidoso e efusivo estaria no limiar entre a alegria exacerbada e o desrespeito. Desrespeito este que recai sobre nós mesmos, pois nossa própria diversidade étnico-racial-cultural ora nos enche de orgulho, por apresentar bons resultados diante do mundo, ora nos enche de vergonha, quando não nos traz um bom rendimento. Essa seria a originalidade cultural brasileira, uma “pérola de ambiguidade” (ed. nº 2491).

Quanto a um *diagnóstico da realidade brasileira* e uma *ideia acerca do futuro*, a revista lança a necessidade de uma “reconciliação nacional” (ed. nº 2492). O impedimento de Dilma Rousseff teria marcado significativamente a sociedade, já marcada pela corrupção e pela desigualdade social, ocasionando uma polarização política. O caminho para essa reconciliação deve ser encontrado em uma visão comum de futuro que seja capaz de superar as diferenças ideológicas. Ainda que não indique a forma de encontrar tal caminho e tente manter-se neutro em relação ao que esperar do processo de *impeachment*, as reiteradas desaprovações aos governos do PT podem deixar subentendido de que maneira se pode construir este “futuro comum”.

5.5 Processo de impeachment de Dilma Rousseff

Se a gestão de Dilma Rousseff já estivera em pauta por ocasião dos protestos de 2013 e das eleições de 2014, com o seu processo de impedimento ela se torna quase absoluta, ao menos nos momentos próximos aos eventos mais marcantes a ele relacionados, como poderemos ver nos seis artigos que compõem esta seção: *A Operação Passe Livre* (de 02/12/2015, ed. nº 2454, p. 10), *A beleza do impeachment* (de 09/12/2015, ed. nº 2455, p. 14), *UM DESAFIO E TANTO* (de 20/04/2016, ed. nº 2474, p. 12), *COM ORGULHO, OS OLHOS DO BRASIL* (de 18/05/2016, ed. nº 2478, p. 14-15), *SUA EXCELENÇA, O LEITOR* (de 31/08/2016, ed. nº 2493, p. 10), *HÁ UM PAÍS PARA RECONSTRUIR* (de 07/09/2016, ed. nº 2494, p. 10).

Em 21/04/2016, *Veja* publicou uma edição extra (ed. nº 2474 – especial), em comemoração à aceitação do relatório da comissão especial que analisou a denúncia na Câmara dos Deputados no dia 17/04/2016. Trata-se de uma edição sem *Carta ao leitor* e apenas com alguns artigos divididos em três seções (conforme índice à pág. 05): *Como é* – sobre o “fim da era Dilma”, “a presidente zumbi”, *Como será* – sobre o iminente governo de Michel Temer, a pauta de seu partido, a futura primeira-dama e o futuro da Operação Lava-Jato, e *Como foi* – sobre as grandes manifestações da história brasileira “que tiveram papel decisivo na mudança de rumo da política nacional” (p. 40-47): *Diretas Já* em 1984, comemoração da vitória de Tancredo Neves em 1985, a favor do *impeachment* de Fernando Collor em 1992, *Jornadas de Junho* em 2013 e a favor do *impeachment* em 2016. A edição quase não tem publicidade, a não ser pela página de propaganda da revista *Exame* (editora Abril), e pelas duas páginas iniciais comemorativas em nome da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP):

Figura 6. Páginas publicitárias de abertura da edição publicada após a aceitação do relatório da comissão especial que analisou a denúncia contra Dilma Rousseff na Câmara dos Deputados.



Fonte: *Veja*, edição nº 2474 – especial, p. 02-03.

Embora não tenhamos uma *Carta* a analisar, esta edição parece nos mostrar bastante claramente a construção simbólica de uma unidade que identifica os cidadãos brasileiros como um todo, independente de certas diferenças que possam separá-los. Quando diz que “o Brasil venceu”, o conteúdo da revista estende a toda população o sentimento de vitória que parece vir de um grupo específico, enquanto outros tratavam o impedimento da presidente como golpe. O pato amarelo teria surgido como símbolo de uma campanha liderada pelo empresariado contra a volta da CPMF como maneira de contornar a crise. Paulo Skaf, presidente da FIESP, teria liderado a federação como uma das fiadoras do afastamento de Dilma, segundo a revista *Carta*

Capital (NEM O PATO..., 2017). Assim, vemos um modo de operação da ideologia pela *unificação*, através da *simbolização da unidade* e também da *standardização*, pois se constrói um símbolo de unidade e identificação coletiva que é difundido através de um grupo – liderado por entidades ligadas ao mundo empresarial – e adaptado a um referencial padrão – a crise econômica e política brasileira –, proposto como fundamento partilhado e extensível a toda população.

Não se trata tão somente de uma publicidade, com a qual a revista não tem compromisso algum, ainda que o defenda no discurso de seu fundador. A capa desta edição, o título do artigo que menciona as manifestações que teriam marcado os rumos da política nacional – *Brava gente brasileira* (p. 40) –, e as páginas amarelas onde ironiza com a possível crítica demonstram que *Veja* está comemorando o andamento do processo de afastamento da presidente. Notem-se, na capa, o uso da bandeira do Brasil e a imagem da jovem alegre aliados ao placar dos votos, favorável à saída de Dilma. Também nas páginas amarelas são utilizadas as cores da bandeira, que são cores publicamente associadas às manifestações pró-impeachment, a grupos identificados como pró-liberais, ditos contra partidarismos e pelo Brasil. Assim como a própria revista se identifica ao dizer: “É preciso falar mais alto e mostrar de que lado estamos” (p. 07).

Figura 7. Capa edição nº 2474.



Fonte: *Veja*, edição nº 2474 – especial, capa.

Figura 8. Páginas amarelas 1.



Fonte: *Veja*, edição nº 2474 – especial, p. 06-07.

Figura 9. Páginas amarelas 2.



Fonte: *Veja*, edição nº 2474 – especial, p. 20-21.

Figura 10. Páginas amarelas 3.



Fonte: *Veja*, edição nº 2474 – especial, p. 38-39.

Vemos o nome de *Veja* em verde sobre amarelo, as cores da nação. Uma querendo ser a mais qualificada representante da outra. E jogando com ironia: “Veja só vê um lado. O do Brasil” (Figura 8); “Veja persegue. Persegue a verdade” (Figura 9); “Veja é comprometida. Comprometida com a democracia” (Figura 10). Todas as mensagens são equivalentes e remetem às críticas recebidas pela revista. No canto inferior direito das três páginas, grifado em negrito: “VEJA. Os olhos do Brasil”. Eis o lema da revista, sua vontade expressa de ser o órgão de sentido que percebe a luz, ser quem mostra a verdade com clareza.

No que diz respeito às *Cartas*, ao analisar o espaço de locução, confirmamos o padrão encontrado nos textos anteriores, de que o locutor, na grande maioria das vezes, escreve em terceira pessoa. Em apenas um dos seis artigos aparece a primeira pessoa do plural: “Lustra *nosso* orgulho o fato de VEJA ser o órgão jornalístico que mais revelações exclusivas vem fazendo sobre o escândalo do petrolião. Mas o que realmente *nos* alegra é constatar...” (ed. nº 2454). Esse *nós* reforça a sua identificação e o seu *lugar*, quais sejam, uma entidade compósita formada pela equipe de redação de uma revista. *Lugar* este demarcado ainda mais pelas expressões de certo sentimento de nacionalidade brasileira, como acabamos de ver, além do alinhamento com certos grupos que representam o empresariado.

A identidade e o lugar do interlocutor ficam evidentes quando ele é mencionado, além de quando são apresentadas as reportagens presentes em cada edição específica: “Em março de 2011, uma reportagem de VEJA apresentou aos *leitores* José Carlos Bumlai, um *personagem misterioso que chamava atenção* pela desenvoltura com que transitava pelos gabinetes mais exclusivos do poder” (ed. nº 2454, grifo nosso); “DESDE MARÇO DE 2014, quando surgiram os primeiros indícios de que a Petrobras estava envolvida em alguma irregularidade, *VEJA dedicou seus melhores esforços para desvendar as tramóias* aplicadas contra essa empresa...” (ed. nº 2478, grifo nosso); “Enquanto VEJA existir, os *leitores* poderão carregar uma certeza:

quem quiser estabelecer no Brasil um governo que sirva de preâmbulo à farsa ou à tragédia, ou a ambas, *jamaiz contará com o silêncio de VEJA*” (ed. nº 2478, grifo nosso); “As razões de VEJA são sempre as mesmas: *a busca pela verdade em nome do leitor* e no interesse do Brasil” (ed. nº 2493, grifo nosso). Trata-se daquele para quem a revista traz a luz da verdade, quem recebe as informações privilegiadas advindas dos seus esforços de investigação, que precisa da revista para “estar por dentro” e não ser enganado pelos políticos do país.

Quanto ao *tempo* discursivo, o locutor procura se colocar sempre o mais próximo possível dos acontecimentos que julga relevantes, o que pode ser percebido na sua apresentação de artigos e reportagens que apresentam assuntos e fatos que acabaram de acontecer e de se tornar públicos. “*Na semana passada*, Bumlai foi preso [...]. Outro personagem de primeira grandeza que também foi preso *na última semana*, o senador Delcídio do Amaral...” (ed. nº 2454, grifo nosso); “*A reportagem de abertura da edição especial de VEJA* sobre o processo de impedimento da presidente Dilma Rousseff, iniciado *na semana passada*...” (ed. nº 2455, grifo nosso), “A CAPA DE VEJA da *edição passada* apresentou com *exclusividade* o conteúdo de um anexo da delação [...]. *Nesta edição*, VEJA aprofunda a apuração...” (ed. nº 2493, grifo nosso).

Ao analisar o primeiro texto desta seção, podemos perceber como principal procedimento de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) a utilização de valores concernentes aos domínios de avaliação do *ético*.

A Operação Passe Livre

Em março de 2011, uma reportagem de VEJA apresentou aos leitores José Carlos Bumlai, um personagem misterioso que chamava atenção pela desenvoltura com que transitava pelos gabinetes mais exclusivos do poder. O diretor executivo Rodrigo Rangel e o editor Daniel Pereira, ambos da sucursal da revista em Brasília, relataram os privilégios de Bumlai, então conhecido apenas como pecuarista. VEJA revelou que Bumlai reunia em torno de si “empresários e políticos interessados em favores, negócios, cargos ou em abrir alguma porta no governo”.

O espanto maior dos jornalistas, porém, foi constatar que Bumlai tinha acesso livre à sede do governo na era Lula. A presidente Dilma Rousseff havia assumido o cargo fazia quase três meses quando se descobriu que a administração anterior mandara afixar uma placa de acrílico na mesa do chefe da segurança do Palácio com os seguintes dizeres: “O Sr. José

Carlos Bumlai deverá ter prioridade de atendimento na portaria principal do Palácio do Planalto (...) em qualquer tempo e em qualquer circunstância”. Na semana passada, Bumlai foi preso pela Polícia Federal por negociatas bilionárias na Petrobras durante o governo Lula. Não por outra razão a operação que prendeu Bumlai foi batizada de Passe Livre. A reportagem de VEJA que ilustra esta página (“Entrada proibida”) contou que Dilma mandou acabar com os privilégios do amigo de Lula no governo.

Outro personagem de primeira grandeza que também foi preso na última semana, o senador petista Delcídio do Amaral teve revelado, em primeira mão, por uma reportagem de VEJA, seu envolvimento nos escândalos apurados pela Lava-Jato. Lustra nosso orgulho o fato de VEJA ser o órgão jornalístico que mais revelações exclusivas vem fazendo sobre o escândalo do petróleo. Mas o que realmente nos alegra é constatar que as instituições estão funcionando no Brasil, com independência e harmonia entre

os poderes e com o primado da Justiça, o que tornou sua distribuição igualitária, mesmo para os sócios do poder, antes privilegiados com

passes livres ao Palácio do Planalto “em qualquer tempo e em qualquer circunstância” (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2454, p. 10).

Quando trata do envolvimento de Lula e do senador petista Delcídio do Amaral em escândalos de corrupção, vemos a *honestidade* como principal valor em questão. A *justiça* também surge como valor ao aprovar as apurações feitas pela polícia e os caminhos das investigações:

Mas o que realmente nos alegra é constatar que as instituições estão funcionando no Brasil, com independência e harmonia entre os poderes e com o primado da Justiça, o que tornou sua distribuição igualitária, mesmo para os sócios do poder, antes privilegiados com passes livres ao Palácio do Planalto “em qualquer tempo e em qualquer circunstância” (ed. nº 2454).

Como principal procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243), vemos a *descrição narrativa* sendo utilizada para *criar uma prova*. Trata-se da descrição de como Carlos Bumlai, chamado de “amigo de Lula”, era recebido em Brasília durante o governo do petista atrelada à notícia de que ele fora preso por corrupção envolvendo a Petrobras durante o governo do petista. Desta forma, ainda que não esteja no âmbito judiciário, o locutor procura criar uma prova do envolvimento de Lula com alguém que acaba de ser preso por corrupção justamente durante o seu governo. O relato da revista ainda procura afirmar que tinha razão ao denunciar quatro anos antes esta ligação suspeita entre ambos, visto que agora Bumlai foi preso. A *citação* do escrito da placa também é um procedimento discursivo importante, já que surge como um *testemunho de um dizer*, no intuito de *provar a veracidade* da denúncia feita na edição de 2011 e a *exatidão* de *Veja* frente aos desdobramentos das investigações policiais.

Essas tentativas de mostrar a revista como a primeira a lançar as notícias mais relevantes para o país demonstram o *ethos* do nosso locutor, engajado no seu fazer jornalístico e orgulhoso de seus feitos. Poder-se-ia sugerir, inclusive, alguém de ego inflado, haja vista a recorrência de autocitações e de um metadiscurso enfático a seu próprio favor. Além disso, o nome da revista sempre é utilizado em caixa alta (letras maiúsculas), a fim de chamar a atenção para si, como vimos em vários trechos mencionados acima.

Mais uma vez a figura de Lula e do PT aparecem vinculadas a algum escândalo de corrupção. A referência à Dilma Rousseff indica que a atenção da revista está interessada principalmente em Lula, visto que ela, ao assumir o governo, teria encerrado o livre acesso de Bumlai ao Palácio do Planalto:

A presidente Dilma Rousseff havia assumido o cargo fazia quase três meses quando se descobriu que a administração anterior mandara afixar uma placa

[...]. A reportagem de VEJA que ilustra esta página contou que Dilma mandou acabar com os privilégios do amigo de Lula no governo (ed. nº 2454).

Parece que Lula é o alvo principal, pois reiteradas vezes aparece como o “anti-herói” brasileiro, que provocou muitos problemas no país durante sua administração. Ele seria a personificação do *anti-ethos*, pois representaria o homem público que engana a nação em nome de vantagens para si e para seu grupo. Ao contrário do locutor, que busca reafirmar sempre o compromisso da revista com o Brasil.

No segundo texto, o principal domínio de avaliação cujos valores são utilizados como procedimentos semânticos (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) também é o do *ético*.

A beleza do impeachment

A reportagem de abertura da edição especial de VEJA sobre o processo de impedimento da presidente Dilma Rousseff, iniciado na semana passada, tem como título “Impeachment não é guerra”. Também não é golpe. O impeachment é previsto na Constituição brasileira e seus termos estão definidos em lei desde 1950. Não é também uma disputa pessoal, a despeito de a chefe da nação e o deputado Eduardo Cunha, presidente da Câmara dos Deputados, dono da iniciativa, terem dado ao processo cores dramáticas de um confronto em torno da integridade moral de cada um. Reagiu Dilma: “Meu passado e meu presente atestam a minha idoneidade e meu inquestionável compromisso com as leis e a coisa pública”.

A presidente Dilma Rousseff tem o direito e, sobretudo, o dever de se defender, de modo que o atual processo de impeachment seja fiel ao espírito dos legisladores que o conceberam, sabiamente, como um rigoroso, complexo e deliberadamente difícil procedimento constitucional. Um impeachment concluído sem que o dono do mandato tenha esgotado seus recursos legais de defesa abriria um precedente perigosamente desestabilizador. Executado

estritamente dentro do rito regimental, o impeachment é tão legítimo para destituir um presidente quanto o voto popular o é para elevá-lo ao mais alto posto da hierarquia política do país. Mesmo que em sentidos inversos, os dois mecanismos servem ao propósito constitucional da preservação da ordem democrática.

Embora tenha sua origem na acusação de crime de responsabilidade contra um presidente, o impeachment é, essencialmente, um processo político. Seus rumos e seu desfecho não são determinados pela força ou fraqueza das evidências de autoria do crime imputado ao presidente, mas pelo somatório de forças contra e a favor de sua destituição. A presidente Dilma manterá seu cargo enquanto contar com uma base forte de sustentação no Congresso. Se perder essa base, perderá o mandato.

A beleza do processo de impeachment está no fato de que, ao ser concluído, e seja qual for o seu desfecho, o Brasil terá a chance de ter de volta um presidente e um Congresso não mais devotados a saber quem quer vingar o quê, mas inteiramente focados nas grandes questões nacionais da prosperidade sem inflação, da segurança pessoal, da saúde e da educação de qualidade (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2455, p. 14).

Vemos um parecer sobre o *impeachment* de Dilma, no qual o locutor defende o processo e define como devem ser certos comportamentos conforme as regras impostas por certas leis do consenso social (uma *moral externa*). Podemos identificar valores como o da *fidelidade* ao rito legal e o da *justiça*: “[...] ‘Impeachment não é guerra’. Também não é golpe. O impeachment é previsto na Constituição brasileira e seus termos estão definidos em lei desde 1950” (ed. nº 2455);

A presidente Dilma Rousseff tem o direito e, sobretudo, o dever de se defender, de modo que o atual processo de impeachment seja fiel ao espírito dos legisladores que o conceberam, sabiamente, como um rigoroso, complexo e deliberadamente difícil procedimento constitucional. Um impeachment concluído sem que o dono do mandato tenha esgotado seus recursos legais de defesa abriria um precedente perigosamente desestabilizador (ed. nº 2455).

Ainda podemos identificar avaliações com base na *disciplina* e na *responsabilidade* dos representantes do povo em suas atuações:

A beleza do processo de impeachment está no fato de que, ao ser concluído, e seja qual for o seu desfecho, o Brasil terá a chance de ter de volta um presidente e um Congresso não mais devotados a saber quem quer vingar o quê, mas inteiramente focados nas grandes questões nacionais da prosperidade sem inflação, da segurança pessoal e da educação de qualidade (ed. nº 2455).

Como principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243), identificam-se a *comparação* pela *semelhança*, no sentido de reforçar o seu julgamento acerca do *impeachment*:

Executado estritamente dentro do rito regimental, o impeachment é *tão* legítimo para destituir um presidente *quanto* [vocábulo gramatical que marca a comparação] o voto popular o é para elevá-lo ao mais alto posto da hierarquia política do país. Mesmo que em sentidos inversos, os dois mecanismos servem ao propósito constitucional da preservação da ordem democrática (ed. nº 2455).

É uma maneira de defender sua posição favorável ao processo em andamento, considerando-o um mecanismo legítimo que apura a responsabilidade do chefe do executivo em relação a um crime. Trata-se de uma argumentação contra os defensores da permanência de Dilma no mandato, que, publicamente, apontavam-no como um golpe contra a democracia.

O locutor também faz uma *citação de um dizer* de Dilma a fim de demonstrar a veracidade sobre o que acabara de constatar e negar, ou seja, o fato de se tomar o caso como uma disputa pessoal acerca do aspecto moral de duas figuras públicas:

Não é também uma disputa pessoal, a despeito de a chefe da nação e o deputado Eduardo Cunha, presidente da Câmara dos Deputados, dono da iniciativa, terem dado ao processo cores dramáticas de um confronto em torno da integridade moral de cada um. *Reagiu* Dilma: “Meu passado e meu presente atestam a minha idoneidade e meu inquestionável compromisso com as leis e a coisa pública” (ed. nº 2455, grifo nosso).

O verbo *reagir* grifado indica um pressuposto sobre a ordem cronológica dos eventos (CHAROLLES *apud* MAINGUENAU, 1997, p. 88), só não entendemos claramente se se trata de uma resposta a algum dito anterior de Eduardo Cunha, já que não há nenhuma menção a isto, ou diretamente em relação à sua iniciativa de aceitar a denúncia contra a presidente. Mas a

citação enfatiza o lugar defensivo de Dilma, sua posição de ré em um processo que a acusa de um crime.

Ainda que o metadiscurso do locutor tente colocá-lo em posição de neutralidade, defendendo a legalidade do processo, o seu texto demonstra a aprovação do impedimento da presidente. Isto pode ser percebido já no título – *A beleza do impeachment* –, nos valores utilizados como procedimento semântico, nesse destaque à situação da ré, no destaque à crise política e ao embate entre os congressistas e a chefe do executivo, e no destaque à crise de governabilidade por ela enfrentada: “A presidente Dilma manterá seu cargo enquanto contar com uma base forte de sustentação no Congresso. Se perder essa base, perderá o mandato” (ed. nº 2455). Podemos sugerir que há certa ironia nesta fala, considerando que um dos principais problemas enfrentados por Dilma durante o segundo mandato foi a falta de aliados nas câmaras legislativas do país.

Esse diagnóstico dos problemas enfrentados pela nação brasileira que é possível verificar no texto e a sua esperança na “beleza do impeachment” indicam a preocupação do locutor com o Brasil e com “grandes questões nacionais” que deveriam tomar a atenção dos governantes. Isto reforça o *ethos* por ele criado no exemplo de comprometimento que tenta ser para os seus leitores, defendendo sempre a verdade e colocando-se como porta-voz da nação. “Conclusão da crise política” é o que prevê como resultado deste processo que não percebe como um golpe (conforme a legenda da foto da *Carta* desta edição), mas mais como uma etapa necessária para se obter a chance de se ganhar o foco dos governantes ao que interessa para o país.

No próximo texto, o locutor fala sobre os desafios que o futuro presidente enfrentará, fazendo um breve diagnóstico sobre o país.

UM DESAFIO E TANTO

UMA TRAGÉDIA PESSOAL levou José Sarney à Presidência da República e uma tragédia política conduziu Itamar Franco ao mesmo posto. Se o impeachment de Dilma Rousseff for aprovado na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, o vice-presidente Michel Temer, aos 75 anos, será o terceiro vice a assumir a cadeira do titular em três décadas de democracia. Mas, no seu caso, nada será como antes. Temer enfrentará uma realidade toda própria.

Em boa medida, ele terá obstáculos que poriam à prova qualquer político que viesse a substituir Dilma, dada a magnitude do desastre que a

petista produziu no país. A recuperação da economia, o resgate da credibilidade externa do país, a retomada da racionalidade fiscal, a pacificação e a reunião dos brasileiros – tudo isso compõe desafios monumentais, mas nenhum deles se apresenta apenas porque o vice é Temer.

Outros desafios, sim. O primeiro é sua legitimidade popular. Nas últimas pesquisas eleitorais, o nome de Temer mal conseguia passar de 1% da preferência do eleitorado nacional. Em pesquisa divulgada na semana passada, pela primeira vez o instituto Datafolha perguntou aos eleitores sobre o impeachment de Dilma e, também, de Temer. O resultado: 61%

desejam o afastamento de Dilma e 58% querem o impedimento de Temer.

Além da falta de prestígio popular, o vice, se assumir o cargo, terá de vencer as desconfianças de que sua ascensão pode tirar o fôlego da Operação Lava-Jato. Motivadas pela presença um tanto ostensiva de colegas do seu PMDB atingidos pela lama da corrupção, as desconfianças não passam de especulações infundadas. Temer teria ajudado a reduzi-las se tivesse contemplado o assunto no áudio de catorze minutos que vazou para o público na semana passada, no qual ensaia o primeiro pronunciamento que pretende fazer aos brasileiros caso o impeachment seja aprovado na Câmara.

No ensaio, Temer falou quatro vezes a palavra “diálogo”, bom sinal para um país cujos ânimos estão perigosamente exaltados. Disse seis vezes a palavra “emprego”, deixando evidente sua preocupação com a chaga que afeta milhões de

brasileiros. Por três vezes falou a palavra “sacrifício”, numa prova de que quer distância da enganação do caminho fácil. Disse oito vezes a palavra “reforma”, um alento para a consciência nacional que conhece a urgência de tantas reformas, da administrativa à previdenciária, da trabalhista à tributária. Mas não falou em “corrupção” nem lembrou a Lava-Jato, lapso notável, pois o combate à corrupção e o apoio às investigações levaram milhões de cidadãos às ruas para pedir a vacância da cadeira que Temer está agora prestes a ocupar. Por tudo isso, Temer não assumirá como um Sarney, mas, se tiver sorte e coragem para acertar o passo, poderá terminar como um Itamar, cujo governo se encerrou com sucesso, legando ao país a mais transformadora das conquistas da democracia brasileira, o Plano Real (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2474, p. 12).

Utiliza como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236) argumentos fundamentados em valores concernentes ao domínio de avaliação do *ético* e da *verdade*. *Responsabilidade e esforço e superação* são referência na fala a respeito da situação que Michel Temer teria de lidar ao chegar à presidência:

[...] Mas, no seu caso, nada será como antes. Temer enfrentará uma realidade toda própria.

Em boa medida, ele terá obstáculos que poriam à prova qualquer político que viesse a substituir Dilma, dada a magnitude do desastre que a petista produziu no país. A recuperação da economia, o resgate da credibilidade externa do país, a retomada da racionalidade fiscal, a pacificação e a reunião dos brasileiros – tudo isso compõe desafios monumentais, mas nenhum deles se apresenta apenas porque o vice é Temer (ed. nº 2474).

É posta em questão a atuação de Dilma no governo, enfatizando os problemas que deixou como herança a qualquer um que viesse a substituí-la, sendo necessário empenho para ultrapassar tais entraves. Ao analisar rapidamente a fala de Temer no vídeo vazado, o locutor enfatiza as palavras que julga demonstrarem a veracidade de sua boa intenção ao assumir o governo:

No ensaio, Temer falou quatro vezes a palavra “diálogo”, *bom sinal para um país cujos ânimos estão perigosamente exaltados*. Disse seis vezes a palavra “emprego”, *deixando evidente sua preocupação com a chaga que afeta milhões de brasileiros*. Por três vezes falou a palavra “sacrifício”, *numa prova de que quer distância da enganação do caminho fácil*. Disse oito vezes a palavra “reforma”, *um alento para a consciência nacional que conhece a urgência de tantas reformas, da administrativa à previdenciária, da trabalhista à tributária* (ed. nº 2474, grifo nosso).

Ainda que na continuidade do parágrafo julgue um “lapso notável” Temer não ter mencionado a palavra “corrupção” e que mencione sua falta de legitimidade popular, os grifos no trecho acima indicam, de certa forma, uma esperança e uma credibilidade do locutor no então vice-presidente.

O procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) de destaque é a *comparação* pela *semelhança* da situação de Temer com situações anteriores em que um vice assumiu a presidência:

UMA TRAGÉDIA PESSOAL levou José Sarney à Presidência da República e uma tragédia política conduziu Itamar Franco ao mesmo posto. Se o impeachment de Dilma Rousseff for aprovado na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, o vice-presidente Michel Temer, 75 anos, será o terceiro vice a assumir a cadeira do titular em três décadas de democracia. [...]

[...]

Por tudo isso, Temer não assumirá *como* um Sarney, mas, se tiver sorte e coragem para acertar o passo, poderá terminar *como* [vocábulo gramatical que marca a *comparação*] um Itamar, cujo governo se encerrou com sucesso, legando ao país a mais transformadora das conquistas da democracia brasileira, o Plano Real (ed. nº 2474).

Temer não é apresentado exatamente como a solução dos problemas do país, mas como uma esperança, alguém com um discurso crível e compatível com o que o locutor pensa a respeito da condução do país. Desta forma, procura estabelecer uma relação próxima com a nação brasileira, mostrando-se sensível a questões que preocupam os seus cidadãos. Novamente, vemos uma figura ligada ao PT sendo a apresentada como uma espécie de anti-herói, visto que o país que Dilma entregaria se deixasse o governo naquele momento é um desastre de alta magnitude: de uma economia fraca, sem credibilidade exterior, de uma problemática situação fiscal, e de uma nação polarizada, em que os brasileiros estão divididos por conta de toda a crise política.

Vejamos o próximo artigo:

COM ORGULHO, OS OLHOS DO BRASIL

DESDE MARÇO DE 2014, quando surgiram os primeiros indícios de que a Petrobras estava envolvida em alguma irregularidade, VEJA dedicou seus melhores esforços para desvendar as tramoias aplicadas contra essa empresa, que já foi símbolo da perseverança e engenhosidade do povo brasileiro. De lá para cá, foram 49 capas sobre o assunto e seus afluentes, todas elas reproduzidas na página ao lado. Coube à aguerrida e talentosa equipe de VEJA, sobretudo aos jornalistas da sucursal de Brasília, comandados pelo redator-chefe

Policarpo Junior, a primazia de antecipar aos leitores, com exclusividade, alguns dos capítulos mais reveladores desse enredo.

Nesse percurso, VEJA recebeu aplausos e vaias, como sempre ocorre quando a revista assume um papel destacado na vigilância sobre o poder. Há 24 anos, VEJA liderou a cobertura que levou ao impeachment do então presidente Fernando Collor. Foi pesadamente criticada como um veículo de “inconfessáveis tendências esquerdistas”. Como o impeachment de Collor logo se tornou uma unanimidade nacional, deixando o então presidente praticamente sem defensores, o papel de VEJA também logo

passou a receber apoio sem restrições e aplausos universais.

Nos últimos dois anos, VEJA voltou a ter um protagonismo, desta vez na cobertura do escândalo que acaba de resultar no processo de impeachment da presidente Dilma Rousseff e no fim da era PT. Como o impedimento de Dilma nunca chegou a ser uma unanimidade, pelo menos não com a força avassaladora que se viu no caso de Collor, as críticas de que VEJA se orientou por “inconfessáveis tendências direitistas” custaram a amainar. É com orgulho que VEJA registra as oscilações. Por operarem em pólos opostos, ora à esquerda, ora à direita, elas revelam a retidão com que a revista procura cumprir sua missão de vigiar o poder – qualquer poder.

De Collor a Dilma, ocorreu uma transformação radical. A internet libertou do silêncio do anônimo uma multiplicidade de vozes que, embora frequentemente produzam uma cacofonia ininteligível, acabaram sepultando o tempo em que a imprensa era voz única e incontestável e, nessa condição, podia

apresentar-se como portadora solitária da verdade. Atenta à nova pluralidade, VEJA recebe críticas e elogios com naturalidade e respeito, mas não abre mão de vigiar o poder e divulgar o que sabe, alicerçada na convicção de que a informação é o oxigênio da democracia.

O notável James Madison (1751-1836), quarto presidente dos Estados Unidos e pai da Constituição americana, escreveu: “Um governo do povo sem informação para o povo, ou sem que o povo tenha os meios de obtê-la, nada mais é do que o prólogo de uma farsa ou uma tragédia, ou talvez de ambas”.

Enquanto VEJA existir, os leitores poderão carregar uma certeza: quem quiser estabelecer no Brasil um governo que sirva de preâmbulo à farsa ou à tragédia, ou a ambas, jamais contará com o silêncio de VEJA. Foi assim no passado e assim será no futuro, qualquer que seja o governo de hora. Por essa razão, VEJA não se cansa de repetir que é, e nunca deixará de ser, os olhos do Brasil (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2478, p. 14-15).

Além do usual domínio de avaliação do *ético*, é utilizado o domínio do *pragmático* como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236). Temos um texto que trata exclusivamente de defender a posição que *Veja* assume diante da nação, a de ser “*Com orgulho, os olhos do Brasil*”, conforme diz o título. Os argumentos apresentados em favor da revista, que se baseiam em valores como *disciplina*, *honestidade* e *justiça*, são os principais concernentes ao domínio do *ético*, visto que a revista defende que o seu comportamento está de acordo com as regras que impõe a si própria (*moral interna*) e ainda de acordo com as regras impostas pela sociedade em que está inserida (*moral externa*):

[...] É com orgulho que VEJA registra as oscilações. Por operarem em pólos opostos, ora à esquerda, ora à direita, elas revelam *a retidão com que a revista procura cumprir sua missão de vigiar o poder – qualquer poder* [moral interna].

De Collor a Dilma, ocorreu uma transformação radical. A internet libertou do silêncio anônimo uma multiplicidade de vozes que, embora frequentemente produzam uma cacofonia ininteligível, acabaram sepultando o tempo em que a imprensa era voz única e incontestável e, nessa condição, podia apresentar-se como portadora solitária da verdade. *Atenta à nova pluralidade, VEJA recebe críticas e elogios com naturalidade e respeito* [moral externa], *mas não abre mão de vigiar o poder e divulgar o que sabe, alicerçada na convicção de que a informação é o oxigênio da democracia* [moral interna] (ed. nº 2478, grifo nosso).

O locutor defende que a revista se coloca desta maneira, oscilante, por conta de sua retidão, de seu compromisso com a missão definida para si e de seu compromisso com a nação,

ainda que suas múltiplas vozes produzam um som que não é tão inteligível e incontestado quanto a sua própria voz, a voz da imprensa. Já no que tange ao domínio do *pragmático*, percebemos que, com base na experiência de *Veja*, no que é *habitual*, é reforçada a ideia de que seguirá atuando desta forma para seguir no papel de vigilante, para manter sua voz ativa, ou seja, segue esta *norma como modelo de comportamento*: “Foi assim no passado e assim será no futuro, qualquer que seja o governo de hora. Por essa razão, VEJA não se cansa de repetir que é, e nunca deixará de ser, os olhos do Brasil” (ed. nº 2478).

O principal procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) percebido no texto é a *descrição narrativa*. É contada uma história acerca da atuação de *Veja* e de sua relação com a crítica a fim de produzir uma prova de que a revista está atenta e não se cala diante de nenhuma situação que possa representar uma ameaça ao Brasil, seja ela de responsabilidade da esquerda ou da direita, venha de onde vier:

[...] Há 24 anos, VEJA liderou a cobertura que levou ao impeachment do então presidente Fernando Collor. Foi pesadamente criticada como um veículo de “inconfessáveis tendências esquerdistas”. [...]
[...] Como o impedimento de Dilma nunca chegou a ser uma unanimidade, pelo menos não com a força avassaladora que se viu no caso de Collor, as críticas de que VEJA se orientou por “inconfessáveis tendências direitistas” custaram a amainar (ed. nº 2478).

Podemos sugerir que as aspas empregadas para definir as oscilações das tendências percebidas em relação ao comportamento da revista produzem certo efeito irônico com a voz da crítica, demarcando uma formação discursiva exterior, colocado fora do seu próprio espaço (MAINGUENEAU, 1997, p. 90), já que o locutor defende a imparcialidade de *Veja*. Pode-se dizer que sua função é de *diferenciação*, mostrando que a revista está além e irredutível às palavras empregadas (AUTHIER *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 90).

Além desta referência aos seus críticos, surge rapidamente a voz de James Madison, utilizada como uma *citação* que funciona como *fonte de verdade*, testemunho de um *saber* que corrobora e demonstra a exatidão do que o locutor está defendendo. Ainda que sua fala seja introduzida com o verbo “escreveu”, aparentemente neutro no que diz respeito a algum pressuposto (CHAROLLES *apud* MAINGUENEAU, 1997, p. 88), ao ser qualificado como “notável”, Madison aparece como uma autoridade de onde emana esse saber. Trata-se de uma forma de trazer peso ao seu argumento de que *Veja* não se cala por sua “[...] convicção de que a informação é o oxigênio da democracia”.

Temos mais uma vez a reiteração da aliança que se tenta estabelecer entre locutor e interlocutor, entre a revista, o seu leitor e a nação brasileira, mediante o compromisso de revelar as informações que julga importantes para o bom andamento da política e da administração do

país. Isto sob a égide da objetividade e da imparcialidade, não se deixando tocar “nem por um lado nem por outro”. *Veja* é apresentada como o “herói da nação”: “Nesse percurso, VEJA recebeu aplausos e vaias, como sempre ocorre quando a revista assume um papel destacado na vigilância sobre o poder” (ed. nº 2478).

Trata-se de um locutor cujo papel se confunde com o da revista, visto que faz parte dela. Portanto, tem-se um *ethos* discursivo que se mostra engajado na vigilância do poder político, que se coloca naquele papel mencionado de “quarto poder”. Além disso, mostra-se o detentor da verdade, a qual não abre mão de divulgar em nome do seu leitor e da nação brasileira, em nome do fortalecimento da democracia.

Enquanto VEJA existir, os leitores poderão carregar uma certeza: quem quiser estabelecer no Brasil um governo que sirva de preâmbulo à farsa ou à tragédia, ou a ambas, jamais contará com o silêncio de VEJA. Foi assim no passado e assim será no futuro, qualquer que seja o governo de hora. Por essa razão, VEJA não se casa de repetir que é, e nunca deixará de ser, os olhos do Brasil (ed. nº 2478).

Eis a apresentação clara do *ethos* e do *anti-ethos* em um único parágrafo: o perfil recusado pelo locutor é o do falsário ou o do irresponsável capaz de levar uma nação inteira à tragédia. O herói é apresentado como “os olhos do Brasil”, isto é, aquele que dá visão do mundo ao país, aquele que faz ver o que alguns querem esconder (como diz o próprio nome da revista!).

SUA EXCELÊNCIA, O LEITOR

A **CAPA DE VEJA** da edição passada apresentou com exclusividade o conteúdo de um anexo da delação do empreiteiro Léo Pinheiro, da OAS, que jogava uma sombra de suspeita sobre a conduta do ministro José Dias Toffoli, do Supremo Tribunal Federal. Nesta edição, VEJA aprofunda a apuração sobre o assunto e publica outra reportagem exclusiva: anexos da mesma delação que mencionam o nome de quatro políticos que se enfrentaram em três eleições presidenciais: Lula, Dilma, Aécio e Serra.

Faz parte da história quase cinquentenária de VEJA produzir reações acaloradas quando publica uma reportagem de conteúdo explosivo. É compreensível que isso aconteça, considerando o alcance da revista. Outra consequência comum nessas ocasiões é o surgimento de versões tenazes e teorias loquazes sobre as razões que levaram a revista a publicar isso ou aquilo. É perda de tempo. As razões de VEJA são sempre as mesmas: a busca

pela verdade em nome do leitor e no interesse do Brasil. Sempre.

A corrupção, essa praga tão entranhada na vida pública nacional, precisa ser definitivamente enfrentada com vigor e persistência, onde quer que se aninhe. A operação Lava-Jato é uma oportunidade preciosa demais para que o país a deixe escapar. Por isso, VEJA tem feito sua parte, como demonstra o conteúdo da edição passada e da atual – e, também, como demonstram as capas reproduzidas ao lado, publicadas sob a ditadura ou na democracia. Todas elas feriram interesses poderosos.

Se as denúncias envolvem um ministro do Supremo ou um banqueiro, se atingem um alto funcionário público ou um bilionário, se complicam a vida de um político particularmente influente ou ferem os interesses de uma enorme corporação – tanto faz. VEJA não hesita agora, nem hesitará amanhã, em ir em frente, mesmo que este seja um caminho duro de percorrer.

É assim porque o compromisso de VEJA não é com os amigos, os governos, os anunciantes, nem mesmo com os acionistas da editora que

publica a revista. Faz parte do código genético da revista ter, manter e honrar o compromisso com Sua Excelência, o Leitor. Se não fosse

assim, VEJA não seria VEJA (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2493, p. 10).

O quinto texto utiliza como principais procedimentos discursivos (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) a *descrição narrativa* e a *definição*. À medida que descreve de que maneira a edição da semana anterior e a edição que apresenta representam uma coerência no modo de atuação da revista, o locutor procura *reforçar a prova* de que *Veja* é comprometida com a verdade em nome da nação:

A CAPA DE VEJA da edição passada apresentou com exclusividade o conteúdo de um anexo da delação [...]. Nesta edição, VEJA aprofunda a apuração sobre o assunto...

Faz parte da história quase cinquentenária de VEJA produzir reações acaloradas quando publica uma reportagem de conteúdo explosivo. [...]

[...] Por isso, VEJA tem feito sua parte, como demonstra o conteúdo da edição passada e da atual – e, também, como demonstram as capas reproduzidas ao lado, publicadas sob a ditadura ou na democracia. Todas elas feriram interesses poderosos (ed. nº 2493).

A *definição* ganha destaque, pois se refere à noção de “corrupção” e à Operação Lava-Jato. “A *corrupção*, essa praga tão entranhada na vida pública nacional, precisa ser definitivamente enfrentada com vigor e persistência, onde quer que se aninhe. A *operação Lava-Jato* é uma oportunidade preciosa demais para que o país a deixe escapar” (ed. nº 2493, grifo nosso). Vemos uma tentativa de persuadir o interlocutor que, em complemento, apela para certos valores do domínio do *ético* como procedimento semântico (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236), já que faz avaliações que envolvem a *honestidade*, a *responsabilidade* e a *justiça* com que agem os políticos e as instituições do país. Esses mesmos valores servem como referência para quando o locutor trata da atuação de *Veja*. Além disso, valores do domínio do *pragmático* também são identificáveis, visto que defende uma *norma* como *modelo de comportamento* e de *conservadorismo*, no sentido de que a revista pretende manter sua forma de fazer jornalismo: “VEJA não hesita agora, nem hesitará amanhã, em ir em frente, mesmo que este seja um caminho duro de percorrer” (ed. nº 2493).

Vemos a reiteração da construção de um *ethos* discursivo engajado na sua atividade profissional e “entusiasta do Brasil” (referência ao primeiro texto analisado). Alguém que enfrenta as críticas em nome da convicção que tem na importância daquilo que faz, ainda que “fira interesses poderosos”. Fiel à verdade e preocupado em informar o leitor e não deixar a nação “às cegas”. Neutro em nome dos interesses do Brasil.

Se as denúncias envolvem um ministro do Supremo ou um banqueiro, se atingem um alto funcionário público, ou um bilionário, se complicam a vida

de um político particularmente influente ou ferem os interesses de uma enorme corporação – tanto faz. [...]

É assim porque o compromisso de VEJA não é com os amigos, os governos, os anunciantes, nem mesmo com os acionistas da editora que publica a revista. Faz parte do código genético da revista ter, manter e honrar o compromisso com Sua Excelência, o Leitor. Se não for assim, VEJA não seria VEJA (ed. nº 2493).

O locutor reforça o seu discurso de imparcialidade, de quem não se deixa atingir por compromissos, quaisquer compromissos, nem os que estejam relacionados ao funcionamento da revista. Um ponto bastante inverossímil no discurso de um produto que faz parte de um enorme grupo empresarial que atua em vários ramos de negócios e que possui interesses diversos a defender a fim de manter o seu lugar de destaque na mídia nacional. *Veja*, assim como outros veículos midiáticos, possui um papel importante, qual seja, o de informar. Há um lugar específico para a mídia e isso é inegável. O que não se pode aceitar é a recusa da defesa dos compromissos que uma organização empresarial assume a fim de manter-se e prosperar, negar que isso influencie nas suas atividades. Inclusive porque a frequência de temas como economia aberta, liberdade de imprensa e democracia representativa no discurso da revista demonstra uma posição em relação ao mercado em que atua. E é sabidamente difícil manter uma posição de destaque sem respeitar publicamente os aliados e os compromissos feitos em nome da organização.

No sexto e último texto, destaca-se também o procedimento discursivo (CHARAUDEAU, 2012, p. 236-243) da *definição* em torno do *comportamento* necessário para que o impedimento da presidente não seja a etapa final do combate à corrupção no país:

HÁ UM PAÍS PARA CONSTRUIR

O IMPEACHMENT de Dilma Rousseff deve abrir caminho para a recuperação econômica do Brasil, hoje devastado pela mais profunda recessão de sua história, depois de uma epidemia de inépcia e descalabro. Sob o comando, agora definitivo, do presidente Michel Temer, o governo federal dispõe, daqui para a frente, da solidez necessária para tocar as mudanças que o país exige. O ajuste fiscal e as reformas trabalhista e previdenciária já ocupam a primeira linha da agenda nacional. Em um regime democrático, no entanto, a retomada econômica requer um ambiente político civilizado, atuando com um mínimo de concórdia. Por isso, e não por outra razão qualquer, o presidente Temer, em seu discurso inaugural, em cadeia nacional de TV e rádio, disse o seguinte: “O momento é de esperança e

de retomada da confiança no Brasil. A incerteza chegou ao fim. É hora de unir o país e colocar os interesses nacionais acima dos interesses de grupos”.

Por mais que se deseje, a pacificação nacional não será, infelizmente, uma decorrência natural do impeachment. A prova disso já se manifesta nos protestos que aconteceram em algumas capitais na semana passada, nas disputas políticas que aportaram no Supremo Tribunal Federal logo depois da aprovação do impeachment e no próprio ambiente conflagrado que reina no Congresso Nacional. Para chegar à paz nacional, é fundamental que o impeachment não seja o epílogo da luta contra a corrupção. A continuidade da batalha para higienizar a vida pública *é a maneira mais eficaz* de derrubar a alegação segundo a qual o combate à corrupção foi, na verdade, apenas um

pretexto para promover a deposição do governo do PT.

Só à luz do enfrentamento incessante da corrupção é que o entendimento nacional poderá prosperar, e a política poderá deixar de ser vista como território fértil para a hipocrisia e o cinismo. A corrupção de uns não pode ser pior do que a corrupção de outros. A pena e o tratamento de uns corruptos não podem ser distintos da pena e do tratamento de outros corruptos.

Nesse contexto, a condenação do deputado Eduardo Cunha, protagonista da próxima batalha a ser travada na Câmara, é *central* para um futuro de paz. Sua absolvição seria um sinal dramático contra a missão saneadora da vida nacional e um tropeço clamoroso nas conveniências de uma moralidade seletiva.

Para que o país supere as divisões e consiga conviver com os antagonismos naturais de uma democracia, o papel das instituições terá

relevância singular. O Supremo Tribunal Federal, a quem caberá a palavra final sobre tantos figurões da República, deve ser prestigiado e continuar a tomar decisões com equilíbrio. O Ministério Público, sobretudo o Ministério Público, em Brasília ou em Curitiba, tem o dever de corrigir eventuais desvios de rota e manter o vigor e a disciplina na execução de suas tarefas. A Operação Lava-Jato tornou-se parte da redenção nacional.

Há um país para construir. Dos brasileiros que hoje ocupam os postos de comando nas instituições políticas, econômicas e jurídicas, esperam-se a *sensatez* de quem conhece a gravidade da hora, a *generosidade* de quem busca o convívio pacífico e democrático, e a *determinação* de quem sabe onde estão as soluções urgentes de que o Brasil precisa (Carta ao leitor. VEJA, edição nº 2494, p. 10, grifo nosso).

Percebemos também o uso da *definição* em torno da Operação Lava-Jato que, segundo o locutor, “tornou-se parte da redenção nacional”. A utilização deste procedimento visa produzir um efeito de *evidência* e de *saber* no contexto do artigo cujo título é *Há um país para construir*. Ou seja, o locutor procura indicar certos caminhos para o país após a deposição de Dilma Rousseff. Nesse mesmo sentido, valores do domínio de avaliação do *ético* permeiam o escrito, produzindo um procedimento argumentativo de ordem semântica (CHARAUDEAU, 2012, p. 232-236):

Dos brasileiros que hoje ocupam os postos de comando nas instituições políticas, econômicas e jurídicas, esperam-se a *sensatez* de quem conhece a gravidade da hora, a *generosidade* de quem busca o convívio pacífico e democrático, e a *determinação* de quem sabe onde estão as soluções urgentes de que o Brasil precisa (ed. nº 2494, grifo nosso).

A *responsabilidade* entra em questão quando o locutor menciona a necessidade de dar andamento ao combate à corrupção, assim como o *esforço e superação*, que também entra em jogo quando menciona:

Em um regime democrático, no entanto, a retomada econômica requer um ambiente político civilizado, atuando com um mínimo de concórdia. Por isso, e não por outra razão qualquer, o presidente Temer, em seu discurso inaugural, em cadeia nacional de TV e rádio, disse o seguinte: “O momento é de esperança e de retomada da confiança no Brasil. A incerteza chegou ao fim. É hora de unir o país e colocar os interesses nacionais acima dos interesses de grupos”.

Por mais que se deseje, a pacificação nacional não será, infelizmente, uma decorrência natural do impeachment (ed. nº 2494).

A *citação* de Michel Temer, como procedimento discursivo, funciona como o *testemunho de um saber*, que tanto indica a exatidão do argumento do locutor quanto visa demonstrar que o novo presidente tem consciência do problema a enfrentar em relação à polarização política da nação. Isto, aliado ao comentário feito no primeiro parágrafo, permite-nos sugerir que há uma aprovação por parte do locutor acerca do desfecho do processo de afastamento de Dilma: “Sob o comando, agora definitivo, do presidente Michel Temer, o governo federal dispõe, daqui para a frente, da solidez necessária para tocar as mudanças que o país exige. O ajuste fiscal e as reformas trabalhista e previdenciária já ocupam a primeira linha da agenda nacional” (ed. nº 2494, grifo nosso).

Temos um diagnóstico sobre o país, “hoje devastado pela mais profunda recessão de sua história, depois de uma epidemia de inépcia e descalabro”, assolado pela corrupção, tendo na política “território fértil para a hipocrisia e o cinismo”, que precisa superar as divisões e conseguir “conviver com os antagonismos naturais de uma democracia”. *Há um país para construir* reafirma a esperança do locutor no fim do processo de *impeachment*, já que acredita que, mesmo diante da falta de legitimidade de Temer mencionada por ele em artigo anterior, o governo possui a solidez necessária para o que precisa ser feito: reformas trabalhista e previdenciária, retomada econômica, promoção de um ambiente político civilizado e de concórdia, etc. O que soa contraditório é sua assertiva de que a nação precisa aprender a conviver com as diferenças naturais de uma democracia, isto porque em texto anterior seu parecer era de que “somos uma democracia madura”.

Sua tentativa de aliança com o leitor está atrelada a uma tentativa mais ampla, de aliança com a população brasileira. Constrói-se um *ethos* de alguém que tem propriedade para falar acerca do Brasil, já que acompanha de perto o que ocorre na sua vida política e econômica. Além disso, reforça o papel que atribui a si de cobrança dos políticos nacionais no que diz respeito à sua conduta e práticas no âmbito da administração pública.

A partir dessa análise, podemos identificar certas estratégias linguísticas típicas de construção simbólica que podem indicar alguns modos de operação ideológica (THOMPSON, 1995), tais como:

- *fragmentação* através do *expurgo do outro*, pois há uma ênfase nos escândalos de corrupção envolvendo os governos do PT (ed. nº 2454 e nº 2474) e uma aprovação em relação ao processo de impedimento de Dilma Rousseff, cuja finalização representaria uma esperança de conclusão da crise política (ed. nº 2455) e retomada do crescimento econômico através de medidas que venham a superar o “desastre que a petista produziu no país” (ed. nº 2474);

- *legitimação* através da *racionalização*, da *universalização* e da *narrativização*:

- a revista constrói uma *cadeia de racionalização* que visa justificar e acaba por defender o processo de *impeachment*, mencionando a sua previsão constitucional e legal já consolidada há mais de 50 anos (ed. nº 2455), além da sua importância para uma possível recuperação do Brasil, dada a devastação econômica causada por Dilma, o PT e sua inabilidade administrativa, deixando o país “mais profunda recessão de sua história” (ed. nº 2494). A revista não apresenta com a mesma importância a posição dos grupos que apontam tal processo como um golpe à democracia, apenas a nega ligeiramente, sem discorrer sobre suas alegações. O *impeachment* é colocado como sendo de interesse de todos os brasileiros (*universalização*), por trazer a esperança de acabar com a polarização política, fortalecer o combate à corrupção e proporcionar ao presidente e ao Congresso, seja qual for o desfecho do processo, a oportunidade de focar-se nas “grandes questões nacionais da prosperidade sem inflação, da segurança pessoal, da saúde e da educação de qualidade” (ed. nº 2455);

- outra *legitimação* construída linguisticamente é a do papel da própria revista enquanto fiscal ativo dos políticos e do governo brasileiro, quando faz uma narrativa a respeito de sua história e de como teve papel importante e protagonista na cobertura e apuração de fatos que ameaçam a democracia nacional e prejudicam a nação (ed. nº 2478). A prova do seu comprometimento e de sua imparcialidade estaria nas críticas que recebeu durante sua trajetória, que ora a apontam como orientada por tendências esquerdistas, ora por tendências direitistas (ed. nº 2478). Também apresenta uma racionalização acerca dos motivos que a levariam a publicar certas matérias que ferem “interesses poderosos” e que podem ser resumidos no seu comprometimento com o leitor e com o Brasil (ed. nº 2493);

- uma *dissimulação* através da *eufemização* pode ser percebida naquela maneira de tratar do impedimento de Dilma, descrevendo-o de maneira a dar-lhe uma valorização positiva, enfatizando sua “beleza” (ed. nº 2455) e as esperanças que a sua conclusão pode proporcionar à nação (ed. nº 2455, nº 2474 e nº 2494);

- *unificação* através da *simbolização da unidade* e da *standardização*, pois, na edição comemorativa do processo que afastou a presidente (ed. nº 2474 – especial), vemos a construção de um símbolo de unidade e identificação coletiva que é difundido através de um grupo – liderado por entidades ligadas ao mundo empresarial – e adaptado a um referencial padrão – a crise econômica e política brasileira –, proposto como fundamento partilhado e extensível a toda população.

Amarrando todas as ideias mostradas sobre a *realidade brasileira* e o seu *futuro*, elas retratam um país assolado pela corrupção – “essa praga tão entranhada na vida pública nacional” (ed. nº 2493) –, pela inabilidade administrativa e pela incapacidade de

governabilidade do governo de então, tendo na política “território fértil para a hipocrisia e o cinismo” (ed. nº 2494). O reflexo e a prova disto podem ser vistos no processo de afastamento de Dilma e no cenário deixado pela presidente: economia em recessão, incredibilidade exterior, grave problema fiscal, nação polarizada por conta da crise política (ed. nº 2474 e nº 2494). Mas, apesar desse diagnóstico preocupante, é destacado o pleno funcionamento das instituições brasileiras. Também demonstrado pela tramitação do pedido de impedimento, que representa uma etapa necessária para se obter o foco dos governantes às questões mais caras à população, e pelas populares investigações da Polícia Federal sobre diversos casos de corrupção, especialmente no que se refere à Operação Lava-Jato, que “tornou-se parte da redenção nacional” (ed. nº 2494). Há “independência e harmonia entre os poderes” sob o “primado da Justiça” (ed. nº 2454), tocando inclusive aqueles ligados diretamente ao mais alto escalão da política (ed. nº 2454, nº 2478 e nº 2493).

O que se vislumbra para o futuro, a partir da conclusão do processo de *impeachment*, é o encerramento da crise política (ed. nº 2455). *Há um país para construir* (ed. nº 2494). Com o afastamento de Dilma e a regência definitiva de Michel Temer, o Brasil possui a solidez necessária para realizar as mudanças que precisa, a começar pelo ajuste fiscal e pelas reformas trabalhista e previdenciária, no sentido de uma retomada da estabilidade econômica (ed. nº 2494). Ademais, o novo presidente deverá enfrentar o desafio de obter a legitimidade popular necessária e de unir novamente a sociedade, formando um ambiente político civilizado e de concórdia (ed. nº 2474 e nº 2494). Mas, ainda mais importante, será a manutenção do combate à corrupção, como “a maneira mais eficaz de derrubar a alegação segundo a qual o combate à corrupção foi, na verdade, apenas um pretexto para promover a deposição do governo do PT” (ed. nº 2494). Somente desta forma poderá prosperar a reconciliação nacional e a credibilidade na política. E, para tanto, o papel das instituições é fundamental, devendo ser prestigiado e mantido com equilíbrio, vigor e disciplina (ed. nº 2455, nº 2474 e nº 2494).

Essas representações do real construídas no discurso da revista podem contribuir para a construção do real, como afirma Bourdieu (1989), na medida em que são recebidas pelo público e utilizadas para dar sentido ao seu mundo. Nesse sentido, podemos compreender a atuação da mídia na constituição de uma ideia de *nação*, pois ela oferece ao público elementos com os quais é capaz de imaginar-se uma comunidade, nos termos colocados por Anderson (1993). Sugerem uma ideia de comunhão e companheirismo entre compatriotas, independente das distâncias, desigualdades e explorações que os envolvam. Ainda que se reconheçam como uma nação não tão desenvolvida moralmente, e a despeito de uma situação caótica, devem unir-se em torno de uma ideia que os reúna enquanto nação.

6 A mídia: “os olhos do Brasil”

Existem certos elementos no discurso de *Veja* que nos permitem sugerir uma construção simbólica de cunho ideológico. Poderíamos resumi-la em dois pontos centrais: um, que visa a *manter ou ampliar a legitimidade da revista enquanto veículo de informação que atua em nome da nação brasileira*; outro, ligado à *manutenção da lógica neoliberal*. Tal observação não parece estar em desacordo com a missão, visão, valores e princípios do Grupo Abril, vistos anteriormente⁸² e frente aos quais poderíamos dizer, a partir das análises realizadas, que a revista procura executar as intenções declaradas do grupo empresarial. Com isto, não queremos propor que o Grupo Abril faça parte de uma grande coligação global que arquiteta e dá manutenção estrutural ao neoliberalismo, mas que o seu discurso, através de suas construções simbólicas, propõe um sentido de significação do mundo⁸³. Principalmente no que diz respeito ao que propõe em relação ao papel essencial do Estado, de garantidor supremo da concorrência e da estabilidade econômica, apresentados como diretos do cidadão.

Não vemos um grande plano pré-estabelecido e bem armado. Não algo premeditado, com estratégias e alvos previamente escolhidos, bem definidos e inalteráveis. Não exatamente como um manual a ser seguido, ainda que o grupo tenha declaradas todas as suas diretrizes de atuação. Mas algo que se ergue à medida que o discurso é construído, através dele, e que expõe uma visão de mundo. E que é definido, conforme pudemos observar através da análise dos espaços de locução, relação e tematização-problematização dos atos de linguagem (CHARAUDEAU, 2005) das *Cartas ao leitor*, a partir dos seguintes elementos: (1) relação que a revista *Veja* tenta estabelecer com o seu público – leitor e nação brasileira, (2) reivindicação de um papel de “quarto poder” em nome do seu compromisso com a nação, (3) tendo como guia os acontecimentos da vida pública do país, (4) defesa sistemática de certos pilares de um ideal neoliberal ligados ao seu exercício empresarial e (5) ataques sistemáticos ao PT. São tais elementos que, segundo nossa observação, condicionam a organização da língua nos textos da revista. E, considerando que eles não são estáticos nem eternos, poderiam ser outros, ou utilizados de outra maneira, se a conjuntura ou o sistema de restrições fosse outro que não o que ora o assujeita.

⁸² Capítulo sobre metodologia: Missão: “contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país”; Visão: “ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação”; Valores: “excelência, integridade, pioneirismo e valorização das pessoas”; Princípios: “competitividade, foco no cliente, rentabilidade e trabalho em equipe” (MISSÃO..., 2017).

⁸³ No sentido de uma “nova racionalidade”, como propõem Dardot e Laval (2016).

De forma geral, o Brasil que vemos a partir de *Veja* é um país mergulhado em uma profunda crise econômica, política e social. A revista não procura historicizar, não encontramos muitas ideias acerca do passado, senão somente retomadas de certas questões bastante específicas com o intuito de fazer uma breve comparação com algum acontecimento do presente (ed. nº ed. nº 2325, nº 2380 e nº 2395). Todas resultaram na demonstração de como o PT, através da sua política “soviética”, inabilidade administrativa e ingovernabilidade, representa uma ameaça ao país. Os governos do partido teriam conduzido ao estado desastroso em que nos encontramos: economia em recessão, incredibilidade exterior, grave problema fiscal e polarização da sociedade. As manifestações de 2013 parecem ter demonstrado o descontentamento da população com a política, surpreendendo principalmente ao PT e aos partidos de esquerda que foram alvos de crítica nos protestos, e evidenciando o rompimento entre representantes e representados. A mudança urgente não veio nas eleições de 2014, mas a conclusão do processo de impedimento de Dilma Rousseff trazia o sinal da esperança. A ascensão de Michel Temer dava ao Brasil a solidez necessária para que fossem tomadas as medidas necessárias à promoção da retomada da estabilidade e crescimento econômico, e da reconciliação da sociedade. Quais as linhas guias sugeridas? *Livre-iniciativa, democracia representativa, funcionamento das instituições com autonomia e harmonia entre os poderes, combate à corrupção, sociedade aberta, liberdade de expressão, mercado como regulador do governo e governo como regulador do mercado, maior igualdade na oferta da educação, diversidade contra a imposição de valores de um grupo sobre toda a sociedade e união de todos em torno de uma visão comum de futuro capaz de superar as diferenças ideológicas que instauraram tal polarização* (ed. nº 2324, nº 2377, nº 2378, nº 2379, nº 2380, nº 2394, nº 2395, nº 2396, nº 2492, nº 2454, nº 2455, nº 2474, nº 2478, nº 2493, nº 2484).

Pudemos identificar certas estruturas linguísticas que, segundo Thompson (1995), representam a construção simbólica de uma ideologia:

- *legitimação* através da *universalização* – onde os ideais grifados acima e defendidos pelo Grupo Abril (ed. nº 2324 e nº 2394) são apresentados como universais e de interesse de todos os brasileiros, assim como o *impeachment* de Dilma (ed. nº 2455), por trazer a esperança de acabar com muitos problemas do país; da *racionalização* – construindo uma cadeia argumentativa que visa justificar e acaba por defender o processo de impedimento em razão da sua previsão constitucional e legal e da sua importância para a possível recuperação do Brasil (ed. nº 2455). E também sobre as razões que a levam a publicar certas matérias que comprometem os “interesses poderosos”, resumidos no seu compromisso com o leitor e com a nação (ed. nº 2493); e da *narrativização* – acerca do papel da própria revista enquanto “quarto

poder”, fiscal ativo dos políticos e do governo, fazendo uma narrativa da sua história e de como teve papel importante e protagonista na cobertura e apuração de fatos que ameaçam a democracia nacional e prejudicam a nação (ed. nº 2478);

- *dissimulação* pela *eufemização* – ao descrever a ação de Eduardo Cunha e Henrique Alves perante a proposta da Política Nacional de Participação Social de forma a despertar-lhes uma valoração positiva, desviando a atenção de alguns pontos controversos da sua conduta pública (ed. nº 2378); e ao desconsiderar a argumentação de que o impedimento de Dilma seria um golpe contra a democracia, descrevendo-o de forma a enfatizar a sua “beleza” (ed. nº 2455) e as esperanças que a sua conclusão pode proporcionar à nação (ed. nº 2455, nº 2474 e nº 2494);

- *unificação* através da *simbolização da unidade* e da *standardização* – ao indicar o futebol como traço definidor de nossa cultura e sociedade (ed. nº 2377 – especial e nº 2382), e ao caracterizar o brasileiro como vimos na edição sobre os Jogos Olímpicos de 2016 (ed. nº 2491). Ao construir uma identidade nacional que compartilha dos mesmos valores e princípios político-econômicos da revista, colocando-a como parte da sociedade que luta em defesa dos ideais democráticos (ed. nº 2395). E ao construir em torno do *impeachment* de Dilma um símbolo de unidade nacional, difundido através de entidades ligadas ao mundo empresarial e proposto como fundamento partilhado e extensível a toda população por estar adaptado a um referencial comum – a crise econômica e política (ed. nº 2474 – especial);

- *fragmentação* através da *diferenciação* – quando expõe a dissonância da postura de Dilma em relação aos outros presidentes do mundo (ed. nº 2393) e quando apresenta os elementos que são “integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado” (ed. nº 2394); e do *expurgo do outro*, construindo especialmente nas figuras de Lula, Dilma e do PT (mas da esquerda como um todo) um inimigo comum que precisa ser combatido coletivamente, por representar uma ameaça à juventude (ed. nº 2325, nº 2326 e nº 2327), à democracia representativa, à política, à economia e ao desenvolvimento do país (ed. nº 2377, nº 2378, nº 2380, nº 2393, nº 2395, nº 2397, nº 2454, nº 2455 e nº 2474);

- *reificação* pela *eternalização* – ao mencionar “aquilo que não muda” em relação aos elementos “integrantes do funcionamento da economia no mundo civilizado” e que devem ser seguidos pelo Brasil (ed. nº 2394).

Considerando que os fenômenos simbólicos só podem ser tidos como ideológicos à medida que, em circunstâncias específicas, sirvam para estabelecer e manter relações de dominação (THOMPSON, 1995), quais relações estão em jogo através do sentido proposto no discurso de *Veja*? Que interesses haveria nele? Como mencionado de início, o que parece estar em questão é, primeiro, a manutenção da sua legitimidade enquanto instrumento de informação

que atua em nome da nação brasileira, e o estabelecimento de uma situação política e econômica a partir dos pilares sustentadores da lógica neoliberal.

Por mídia, compreendemos as organizações interessadas nos discurso da informação. Quando estabelecidas na forma de empresa, apossam-se da atividade da linguagem para integrá-las em sua lógica múltipla: econômica, tecnológica e simbólica (CHARAUDEAU, 2015). Em uma economia de tipo liberal, estando em permanente estado de concorrência, utilizam-se de estratégias a fim de apresentar o seu produto (a informação) da melhor forma para colocar-se em destaque. Portanto, parece razoável que procure convencer o público da importância da sua atividade, do seu papel social, e que defenda a instauração de um ambiente nacional favorável à sua atuação empresarial através de uma sociedade aberta na qual estejam garantidas a liberdade de imprensa e a livre-iniciativa.

A visão de mundo do seu grupo organizacional transparece no seu discurso através das estruturas linguísticas identificadas. Visto que se trata de uma atividade fundamentalmente ligada às disputas pelo poder econômico e pelo poder simbólico, estão em jogo no seu meio de ação as formas de capital econômico e cultural (na acepção de Bourdieu). É aceitável que sua produção de conteúdo seja, de certa forma, influenciada por tais disputas. Principalmente ao que se refere que, no Brasil, as relações entre mídia, empresariado e política mostram que grupos organizacionais deste tipo sempre estiveram próximos da condução do país, especialmente no tocante aos seus interesses econômicos.

Para que entendêssemos como válida a construção ideológica identificada, bastaria que analisássemos somente o funcionamento do próprio texto a partir do que Foucault (2014) chamou de *prática discursiva*⁸⁴, entendendo a enunciação como correlata a uma certa posição sócio-histórica em que os enunciadores são substituíveis. O autor parece não ter tanta importância, funcionando como uma espécie de *função-autor*, se consideramos as instituições sociais que restringem a enunciação, em que se cristaliza conflitos histórico-sociais e que delimitam um espaço próprio no exterior de um interdiscurso limitado (MAINGUENEAU, 1997, p. 14). Então, possivelmente, encontraríamos em toda a mídia brasileira as estruturas formais presentes no discurso da revista, pois, como vimos, ao longo da sua consolidação, ela se organizou de maneira a criar um enraizamento nas relações que estabeleceu com o empresariado e o meio político.

Mas como observamos um caso específico, parece importante considerar o autor, ainda que ele seja uma instância compósita e não um indivíduo. Verificamos que a revista, desde a

⁸⁴ Ver rodapé 43.

publicação da sua primeira edição, declarava uma explícita intenção de “unificar” o país, no sentido de prover informações que possibilitassem o rompimento de distâncias e regionalismos e a escolha de novos rumos nacionais (CORRÊA, 2015). Para a realização do projeto *Veja*, a Editora Abril investiu em uma política de lançamento agressiva e na especialização da editoração, inovando na definição de um leitor-alvo com o intuito de produzir conteúdos claros ao entendimento do público, sem direcionamentos regionais e de relevância nacional (CORRÊA, 2015; HERNANDES, 2004).

Portanto, o seu lema de ser “os olhos do Brasil” deixa evidente que ela se coloca na disputa ideológica sobre a questão nacional. Mas isto não é uma intenção exclusiva da revista. Como vimos, no Brasil, mídia e ideia de *nação* surgem mais ou menos ao mesmo tempo. O desenvolvimento da imprensa nacional passa a existir concomitantemente às discussões sobre o melhor tipo de governo, ideias de independência e ideais republicanos. Tais pontos foram trazidos à esfera pública, (destaque-se que) em parte, pelos primeiros representantes do empresariado nacional a fim de promover a organização de uma nação civilizada e expandir a economia de mercado (MOTTA, 1979), e tiveram na imprensa o instrumento preferencial do embate de ideias (MARTINS, 2015). Depois, a empresa midiática se solidifica enquanto organização moderna no contexto de efervescência intelectual acerca da identidade nacional, aumentando suas articulações com o meio político até a década de 1950 (LAURENZA, 2015; AMORIM, 2015). Daí em diante, as políticas de industrialização e o desenvolvimento tecnológico provocaram uma grande mudança no mundo midiático, trazendo novos métodos de organização do trabalho (BRIGGS & BURKE, 2004; CAMARGO, 2015) e novos envolvimento com o movimento político e outras formas de poder (THOMPSON, 2008). Existem relatos da participação de certos grupos do ramo com a ditadura militar (AMORIM, 2015), depois com a reivindicação da reabertura e redemocratização (AGUIAR, 2015; VILLAMÉA, 2015), e em casos de tentativas de fraude em vitórias e boicote a candidatos, construção e derrubada de certos ícones, empenho em certas candidaturas e ênfase em qualidades de certos governantes (CAMARGO, 2015; AMORIM, 2015). Esse período mais recente parece ter marcado definitivamente, no Brasil, o papel de “quarto poder” atribuído à imprensa.

A ideia de *nação* verificada no caso em tela não se apresenta como algo sistematizado como nas obras intelectuais ou nos projetos políticos mencionados no capítulo atinente ao tema. A proposta é outra, qual seja, a de comercializar informação (THOMPSON, 2008). Por isso, seu objetivo principal não parece ser o de construir um programa para a nação. Mas considerando a relação que a *Veja* tenta estabelecer com o seu público, a reivindicação da sua

atuação comprometida com o país e o acompanhamento dos acontecimentos da vida pública nacional, acaba por construir uma ideia proposta acerca do tema, constituída e verificada através do funcionamento da linguagem e dos atos comunicativos enquanto participantes da construção de sentido a respeito do mundo (CHARAUDEAU, 2005; 2015). O *campo* do qual participa e a sua própria identidade organizacional justificam os princípios que balizam sua ação (empresarial e discursiva).

Quando observamos que o locutor das *Cartas*, ou seja, a equipe de redação da revista, procura se “esconder” no uso da terceira pessoa como principal forma verbal que o despersonifique (ao menos na ordem do discurso) (BENVENISTE, 1966) e trata a “VEJA” de maneira personificada, quase como uma entidade de onde emana toda a autoridade e o saber, percebemos qual o seu papel na relação pretendida com o leitor. E quando buscamos identificar o interlocutor, notamos que a ele é dado um valor todo especial de receptor da verdade que oferece, quem precisa dos seus serviços de investigação e de divulgação das informações mais significativas para a construção do seu conhecimento e o exercício da sua cidadania. Isto é, temos uma relação onde um se propõe a *fazer saber, fazer pensar e fazer sentir* o outro (CHARAUDEAU, 2015). E, ao mesmo tempo, uma relação entre empresa e cliente, em que um precisa convencer o outro que o seu produto é importante e necessário; é preciso vendê-lo.

Portanto, lógica econômica e lógica simbólica coexistem no seio de uma mesma instância social (CHARAUDEAU, 2015) e esse duplo caráter da mídia pode fazer dela o principal canal de disseminação dos valores e formas de significação e subjetivação que definem a *nova racionalidade neoliberal* (DARDOT & LAVAL, 2016). Como um sistema normativo que ampliou sua influência sobre todas as esferas da vida, o neoliberalismo produz certas maneiras de viver e certas subjetividades caracterizadas pela lógica do capital. O que também se impõe sobre o Estado, que passa a ter o papel essencial de protetor e garantidor do bom funcionamento da economia. E isto foi observado nos textos analisados, nos quais as linhas guias do caminho que pode “salvar” o Brasil seguem tal lógica.

Como vimos, uma identidade nacional e uma ideia de *nação* surgem a partir da conjugação de algo “espontâneo” do povo de determinada região e de certas interpretações a respeito das suas características, resultando em formas simbólicas representativas utilizadas para dar sentido ao mundo (DETIENNE, 2013; ANDERSON, 1993). Como objetos de representações, essas ideias participam das disputas pelo poder simbólico, podendo produzir a existência daquilo que enunciam através dos atos de linguagem ou a sua *crença*⁸⁵. Partindo de

⁸⁵ Como sugere Pierre Bourdieu (1989).

um enunciante legítimo e de um referencial comum a um grupo territorial, essas representações propõem um sentido a respeito da realidade e são utilizadas pelos seus receptores para significar o seu mundo. A partir dos seus recursos interpretativos e das suas intenções, podem gerar resultados práticos em suas ações e no seu espaço social (THOMPSON, 2008). O que não é necessariamente algo ideológico, mas que pode ser à medida que funcionam no intuito de estabelecer, legitimar ou manter uma ordem (THOMPSON, 1995). Não podemos considerá-las simplesmente como uma ficção, descolada da realidade, e, *a priori*, como uma imposição (BAUMAN, 2005). Assim, propor uma relação que vise a tornar legítima a instância de produção simbólica (no nosso caso, a *Veja* e a mídia em geral) é essencial para que o conteúdo apresentado seja tido como aceitável, verossímil, crível, verdadeiro, etc.

Vimos nas *Cartas* ataques sistemáticos ao PT. Mas por que esta ênfase no partido? Mais do que o “inimigo comum a ser combatido coletivamente”, parece-nos que o PT é o “inimigo comum *da vez*”. Poderia ser qualquer um com ideais e/ou interesses diferentes dos seus. Mas o PT era a situação, era o governo cujos princípios e maneira de atuar desagradava e difere dos seus. O empresariado brasileiro, incluindo a mídia, envolveu-se, ao longo da história, em várias tentativas de tornar-se hegemônico, utilizando mecanismos políticos flexíveis e abertos de dominação (MOTTA, 1979; BRESSER-PEREIRA, 2015; MARTINS & LUCA, 2015). Como resultado, a articulação com diversos grupos, de distintas orientações, permitiu-o, a despeito da alternância de governo, manter-se próximos às classes dominantes, ainda que não de maneira dirigente. Assim, é plausível que os “inimigos” mudem conforme a situação, assim como a maneira de combatê-los.

O brasileiro e o Brasil apresentados pela *Veja* nos momentos da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, diminuídos, carentes, dependentes do olhar e aprovação do estrangeiro, de baixo desenvolvimento moral e civilizatório, cuja alegria característica oscila entre o exagero e o desrespeito, descomprometidos e até preguiçosos... Enfim, o Brasil da derrota e do baixo desempenho é o Brasil do PT. A Copa de 1950 e a Copa de 2014, nesse sentido, são a mesma coisa. Em 50, nosso fracasso futebolístico foi nosso fracasso identitário, de um país que pretendia se mostrar como uma referência futebolística “lá fora”. Nosso irmão vizinho estragou nosso sonho do “agora vai”⁸⁶. 2014 é a mesma situação. Agora, a Copa é o próprio governo. Não a Copa da transmissão midiática, mas a Copa na medida em que ela se

⁸⁶ Referência ao livro *O samba agora vai...*, de José Ramos Tinhorão (1969): uma crítica à ideia exposta pela mídia nacional de que a música popular brasileira, especialmente a Bossa Nova, “ganhou o exterior”. Para o autor, nossos sons e notas teriam servido de mão-de-obra ao mercado internacional, gerando maiores lucros aos empresários e gravadoras estrangeiras.

torna “a Copa do 7x1”, o resultado de nossa performance desastrosa. O “Brasil do 7x1” é a metáfora do governo do PT: exposto em “frangalhos” após falhar em mostrar ao mundo todo o que poderíamos ter de bom. Em contrapartida, se vencêssemos, talvez a revista utilizasse nossa vitória como um indicativo de que “ainda há esperança”, anulando a metáfora. Talvez ela afirmasse que a seleção fez nossa imagem brilhar para o mundo (nosso eterno sonho). O brilho de uma só estrela. Ou a estrela de um só brilho, o do esporte, enquanto o resto vai de mal a pior. Talvez a manchete fosse: “Nosso governo só consegue destacar-se usando o esporte. Retornamos à velha forma ‘vermelha’ de atuar, ao melhor estilo de Cuba e URSS: grande potência desportiva aos olhos dos outros, mas caótica internamente”.

Considerações finais

Ao fim, retornamos à nossa questão-problema: *De que maneira a mídia, enquanto atividade organizacional cujo fim é a disseminação de conteúdo simbólico, instrumentaliza uma ideia acerca da nação brasileira?*

As representações a respeito da *nação* surgem a partir da reunião de algo espontâneo de um povo e das interpretações a seu respeito, em contextos institucionais os mais diversos que se ponham a refletir sobre suas características, identidade e “consciência”, suas maneiras de organização, etc. Ainda que seja difícil indicar objetivamente o seu papel, a mídia teria influenciado no desenvolvimento das ideias *nacionais* a partir de uma nova percepção sobre a simultaneidade, ampliando as possibilidades de interação entre pessoas territorialmente distantes e de reflexão diferenciada acerca de si (ANDERSON, 1993). Assim, a construção das identidades também é afetada, tornando-se mais aberta aos conteúdos disponibilizados, e mais reflexiva (THOMPSON, 2008). Talvez, aquele papel seja o de um novo fornecedor de recursos e referências, tanto para a vida privada quanto para a pública (BAUMAN, 2005; HABERMAS, 2014).

Portanto, a forma organizacional da atividade midiática parece ter fundamental importância sobre o seu potencial ideológico. A empresa, seus desenvolvimentos técnicos/tecnológicos e institucionais, a mercantilização das formas simbólicas, interferem na construção de sentido sobre o mundo. A assimetria entre as instâncias comunicativas (de produção e de recepção) e a dissociação estruturada entre os seus contextos, coloca-as funcionando diferentemente em uma mesma relação de construção de sentido (THOMPSON, 2008; CHARAUDEAU, 2015). Uma interpretação sobre o mundo é proposta por uma instância compósita, definível, em um contexto de produção, a outra instância também compósita, indefinível pela sua amplitude e diversidade, em múltiplos contextos de recepção, ainda que com um referencial compartilhado (língua, sociedade, cultura, etc.). Torna-se mais claro o entendimento sobre o poder simbólico como um poder de construção da realidade que possui um potencial de estabelecer uma concepção mais homogênea sobre o mundo. Através de uma atividade comum a todos os seres humanos, a linguagem, uma empresa consegue, com os seus meios técnicos, alterar o processo de comunicação mais comum, tornando-o uma via de mão única e disseminando seus sentidos propostos a uma infinidade de receptores. Entretanto, é importantíssimo considerar que o caráter cotidiano do funcionamento das formas simbólicas e as restrições dos contextos de produção e (especialmente) de recepção fazem com que nem

sempre o sentido proposto seja totalmente apreendido (THOMPSON, 2008; CERTEAU, 1998), restringindo o seu potencial de massificação.

Tomando as *Cartas ao leitor* de *Veja* como fonte para o nosso objeto, pudemos observar que a ideia a respeito do Brasil apresentada pela revista entre 2013 e 2016 é edificada discursivamente a partir dos seguintes elementos: (1) relação que a revista *Veja* tenta estabelecer com o seu público – leitor e nação brasileira, (2) reivindicação de um papel de “quarto poder” em nome do seu compromisso com a nação, (3) tendo como guia os acontecimentos da vida pública do país, (4) defesa sistemática de certos pilares de um ideal neoliberal ligados ao seu exercício empresarial e (5) ataques sistemáticos ao PT. Considerando as estruturas linguísticas que, segundo Thompson (1995), representam a constituição simbólica de uma ideologia, podemos sugerir que há em seu discurso uma construção ideológica centrada em *manter ou ampliar a legitimidade da revista enquanto veículo de informação que atua em nome da nação brasileira e dar manutenção à lógica neoliberal*. Podemos supor que tal resultado, ao menos de maneira semelhante, seja extensível a toda a mídia brasileira em razão da homologia entre a instância de produção e o meio no qual está inserida⁸⁷, mas também pelo seu histórico de envolvimento com o empresariado e a política nacional.

Como desdobramentos desta pesquisa, sugeriríamos que seria interessante poder analisar um outro veículo, com o mesmo recorte, a fim de verificar se o conteúdo disseminado apresentaria os mesmos elementos identificados na *Veja*. Também seria interessante escolhermos outro recorte, no intuito de observar se esses mesmos elementos permaneceriam em destaque na análise. Ainda, poderíamos examinar a tiragem e o número de vendas das edições analisadas em comparação às não estudadas durante o contínuo do período escolhido, com o objetivo de averiguar se houve uma maior disseminação de impressos durante os eventos selecionados. Assim, ser-nos-ia possível avaliar a relação entre a oscilação da receita da editora com o conteúdo observado e validar (ou não) nossa pressuposição (com base na literatura) de que os momentos específicos de intensidade da vida política do país possibilitam um maior ganho de espaço e desenvolvimento da mídia, deixando mais perceptível o seu traço burguês (SODRÉ, 1999; MARTINS & LUCA, 2015). Também seria importante um desenvolvimento da primeira fase, a de análise do contexto sócio-histórico – que apresentou-se, para nós, como uma limitação em razão do tempo disponível à execução do trabalho. Uma maior exploração da observação dos campos de interação, das instituições sociais e da estrutura social nos conduziria de maneira mais pontual aos objetivos estabelecidos pela *HP*.

⁸⁷ Como sugere Pierre Bourdieu a respeito do *poder simbólico* (1989).

BIBLIOGRAFIA

Edições da revista *Veja*

- Veja.** Edição nº 2.324, 05 jun. 2013. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2.325, 12 jun. 2013. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2326, 19 jun. 2013. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 07 mai. 2017.
- Veja.** Edição nº 2327, 26 jun. 2013. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 07 mai. 2017.
- Veja.** Edição nº 2377, 11 jun. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição especial nº 2377, 11 jun. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2378, 18 jun. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2379, 25 jun. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2380, 02 jul. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2381, 09 jul. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2382, 16 jul. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2393, 01 out. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 25 out. 2017.
- Veja.** Edição nº 2394, 08 out. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 25 out. 2017.
- Veja.** Edição nº 2395, 15 out. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 25 out. 2017.
- Veja.** Edição nº 2396, 22 out. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

- Veja.** Edição nº 2397, 29 out. 2014. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 21 nov. 2017.
- Veja.** Edição nº 2489, 03 ago. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 01 mar. 2018.
- Veja.** Edição nº 2490, 10 ago. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 01 mar. 2018.
- Veja.** Edição nº 2491, 17 ago. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 07 mai. 2017.
- Veja.** Edição nº 2492, 24 ago. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 01 mar. 2018.
- Veja.** Edição nº 2454, 02 dez. 2015. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2455, 09 dez. 2015. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2474, 20 abr. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição especial nº 2474, 21 abr. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 07 mai. 2017.
- Veja.** Edição nº 2478, 18 mai. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2493, 31 ago. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 28 fev. 2018.
- Veja.** Edição nº 2494, 07 set. 2016. Disponível em: <<https://acervo.veja.abril.com.br/#/editions>>. Acesso em: 01 mar. 2018.

Bibliografia geral

ABREU, Alzira Alves de. Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB). **CPDOC – FGV** – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Acervo digital, s/d. Disponível em: < <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/instituto-superior-de-estudos-brasileiros-iseb>>.

AGUIAR, Flávio. Imprensa alternativa: *Opinião, Movimento e Em Tempo*. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (233-247).

AMORIM, Paulo Henrique. **O quarto poder**. Uma outra história. 1ª ed. São Paulo: Hedra, 2015.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. Traducción de Eduardo L. Suárez. México: Fondo de Cultura Económica, 1993 (Colección Popular).

ARNALDO JABOR o vira folha 48h depois a Globo muda totalmente de opinião. **Canal Narciso Jr.** Publicado em 18 jul. 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=k-QdiRfpgPE>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

ASSIS, Machado de. Instinto de Nacionalidade. In: ASSIS, Machado de. **Instinto de nacionalidade e outros ensaios**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1999 (p. 09-46).

BAJADA DE LÍNEA nº 148: Desinformación a la carta. **Site do jornalista Victor Hugo Morales**. Publicado em 24 jun. de 2013. Disponível em: <<https://www.victorhugomorales.com.ar/bajada-de-linea-n148-23062013/>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

BARTHES, Roland. La muerte del autor. In: _____. **El susurro del lenguaje**: Mas allá de la palabra y de la escritura. Barcelona/Buenos Aires/México: Ediciones Paidós, 1987 (Colección Paidós Comunicación, 28) (65-71).

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BAZERMAN, Charles. Letters and the social grounding of differentiated genres. In: BARTON, D.; HALL, N. (Eds.). **Letter writing as a social practice**. John Benjamins B. V., 2000. (Studies in written language and literacy).

BENVENISTE, Émile. **Problèmes de linguistique générale**, 1. Paris: Éditions Gallimard, 1966 (p. 226-236).

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. Tradução Ivone C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2009 (32-194; 417-478).

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Prefácio. In: MOTTA, Fernando C. Prestes. **Empresários e hegemonia política**. Prefácio Luiz Carlos Bresser-Pereira. São Paulo: Editora Brasiliense, 1979 (9-12).

_____. **A construção política do Brasil**. São Paulo: Editora 34, 2015 (2ª Edição).

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Tradução Maria Carmelita Pádua Dias; revisão técnica Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004 (Interfaces).

BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Tradução Sérgio Goes de Paula. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CAMARGO, Cláudio. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (269-284).

CANDIDO, Antonio. O significado de *Raízes do Brasil*. In: HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. **Formação da literatura brasileira: momentos decisivos**. 6. ed. Belo Horizonte: Editora Itatiaia Ltda., 2000 (Coleção reconquista do Brasil. 2ª série; vol. 177-178).

CARVALHO, José Murilo. **Os bestializados: o Rio de Janeiro e a República que não foi**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

_____. **A construção da ordem: a elite política imperial**. Teatro das Sombras: a política imperial. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano – Artes de fazer**. Tradução Ephraim Ferreira Alves. 3ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

CHALHOUB, Sidney. **Visões da liberdade: uma história das últimas décadas da escravidão na corte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CHARAUDEAU, Patrick. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (Orgs.). **Da língua ao discurso: reflexões para o ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005 (11-27).

_____. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Coordenação da equipe de tradução Angela M. S. Corrêa & Ida Lúcia Machado. 2. ed., 1ª impressão. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **Discurso das mídias**. Tradução Angela M. S. Corrêa. 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. Tradução: Fernando Santos. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2013 [2002].

CIRCULAÇÃO. **Associação Nacional dos Editores de Revistas**. Disponível em: <<http://www.aner.org.br/dados-de-mercado/circulacao>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

CORRÊA, Thomaz Souto. A era das revistas de consumo. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

DAMATTA, Roberto. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986 (p. 67-78).

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução de Mariana Echalar. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

DARNTON, Robert. **O Iluminismo como negócio**: história da publicação da "Enciclopédia", 1775-1800. Tradução Laura Teixeira Motta; Maria Lucia Machado (textos franceses). São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

DESCRIÇÃO da revista *Veja*. **Portal AssineAbril.com**. S/d. Disponível em: <https://www.assine.abril.com.br/portal/assinar/revista-veja?origem=sr_pa_botaocapa_ve&utm_source=sites&utm_medium=sr&utm_campaign=sr_pa_botaocapa_ve>. Acesso em: 06 abr. 2017.

DETIENNE, Marcel. **A identidade nacional, um enigma**. Tradução Fernando Scheibe. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013 (Coleção História e Historiografia).

DIGITAL GIANTS tighten their grip on top media owner ranking. **Portal ZenithOptimedia – The ROI Agency**. 26 mai. 2016. Acesso em: 21 abr. 2017. Disponível em: <<http://www.zenithoptimedia.cz/en/zenith/news/detail/102-Digital%20gi>>.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. Imprensa a serviço do progresso. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (83-102).

FERREIRA, Rubens da Silva. Jornadas de Junho: uma leitura em quatro conceitos para a Ciência da Informação. In: **R. Ci. Inf. e Doc**. Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 5-19, set. 2015/fev. 2016.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1989.

FOUCAULT, Michel. ¿Qué es um autor? Traducción de Gertrudes Gavidia y Jorge Dávila. **Literatura y conocimiento**, 1999 (1-19).

_____. **L'archéologie du savoir**. Paris: Gallimard, 2014 (Collection Tel).

GOLPE MILITAR de 1964. **Brasil Doc**. Arquivo digital. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), s/d. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/brasildoc/temas/1-golpe-militar-de-1964/>>.

GONZAGA, Sergius. As mentiras sobre o gaúcho: primeiras contribuições para a literatura. In: **RS: cultura & ideologia**. Décio Freitas et al. Org. José H. Dacanal e Sergius Gonzaga. 2. ed. – Porto Alegre: Mercado Aberto, 1996 (113-132).

GUIMARÃES, Manoel Luís Salgado. Nação e civilização nos trópicos: o Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro e o projeto de uma história nacional. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, n. 1, 1988 (5-27).

GUTFREIN, Ieda. O gaúcho e sua cultura. In: BOERIA, Nelson; GOLÍN, Tau. **História Geral do Rio Grande do Sul**. Volume I. Colônia. Editora Meritos (241-254).

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Tradução Denilson Luís Werle. 1. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. Tradução de Carlos Szlak. São Paulo: Annablume, 2005 (Coleção Geografia e Adjacências) (p. 219-239).

HERNANDES, Nilton. **A revista Veja e o discurso do emprego na globalização**: uma análise semiótica. Salvador: Edufba; Maceió: Edufal, 2004.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Tradução, Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

HUCHON, Mireille. **Histoire de la langue française**. Paris: Librairie Générale Française, 2002 (p. 59-70).

KÜHN, Fábio. **Breve história do Rio Grande do Sul**. 2. ed. – Porto Alegre: Leitura XXI, 2004.

JORNAIS e revistas continuam avançando em 2017 com suas edições digitais. **Poder 360**. 05 abr. 2017a. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/jornais-e-revistas-continuum-avancando-em-2017-com-suas-edicoes-digitais/>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

JORNAIS e revistas: circulação impressa e digital tem queda no 1º semestre. **Poder 360**. 05 ago. 2017b. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/jornais-e-revistas-circulacao-impressa-e-digital-tem-queda-no-1-semester/>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

KÜHN, Fábio. **Breve história do Rio Grande do Sul**. 2. ed. – Porto Alegre: Leitura XXI, 2004.

LAURENZA, Ana Maria de Abreu. Batalhas em letra de forma: Chatô, Wainer e Lacerda. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (181-205).

LAVAL, Christian; DARDOT, Pierre; FERNÁNDEZ-SAVATER, Amador. O imaginário do estado-nação não é um imaginário alternativo ao neoliberalismo. In: **Revista Movimento**; 13 jul. 2017.

LE GOFF, Jacques. **Histoire et mémoire**. Paris: Gallimard, 1988 (Folio histoire).

LIPOVETSKY, Gilles. **Metamorfoses da cultura liberal**: ética, mídia e empresa. Tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2004.

_____. Gilles Lipovsky entrevistado por Juremir Machado da Silva para a Folha de São Paulo. Maio de 2013. Disponível em:

<<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/2013/05/4113/entrevistas-marcantes-lipovestsky-e-o-pos-moralismo/>>. Acesso: 03 janeiro 2017.

LOPES, Felipe Tavares Paes; VASCONCELLOS, Esdras Guerreiro. Os alicerces metateóricos da teoria social de John B. Thompson. In: **PSICO**. Porto Alegre, PUCRS, v. 41, n. 1, PP. 67-75, jan/mar. 2010.

LUCA, Tania Regina de. A grande imprensa na primeira metade do século XX. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (149-175).

MACHADO, Luiz Toledo. Prefácio à *Retrato do Brasil*. In: PRADO, Paulo. **Retrato do Brasil**: ensaio sobre a tristeza brasileira. São Paulo: IBRASA, 1981.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 3ª edição. Campinas: Editora da UNICAMP/Pontes, 1997.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015.

MISSÃO e valores. **Portal Grupo Abril**. Abril S. A., 2017. Disponível em: <<http://www.grupoabril.com.br/pt/missao-e-valores/>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra impressa. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (23-43).

MOTTA, Fernando C. Prestes. **Empresários e hegemonia política**. Prefácio Luiz Carlos Bresser-Pereira. São Paulo: Editora Brasiliense, 1979.

_____. Cultura nacional e cultura organizacional. In: **Revista da ESPM**. v.2, n.2, ago. 1995.

_____. Organizações e sociedade: A cultura brasileira. In: **Revista O&S**. v.7, n.19, Setembro/Dezembro, 2000.

MUITO ALÉM do cidadão Kane. Filme de Simon Hartog. Inglaterra, 1993.

NEM O PATO escapa da Lava-Jato. **Revista Carta Capital**. 11 set. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/nem-o-pato-escapa-da-lava-jato>>. Acesso em: 31 mai. 2018.

NOBRE, Marcos. Depois da “formação”. Cultura e política da nova modernização. **Piauí**. Ed. 74. Novembro/2012.

_____. **Imobilismo em movimento**: Da redemocratização ao governo Dilma. 1ªed. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

O BRASIL que eu quero. **Portal G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/o-brasil-que-eu-quer/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

OLIVEIRA, Carlos Fellippe. IPÊS e IBAD: A crise política da década de 60 e o advento do Golpe Civil-Militar de 1964. **Revista História Comparada**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, vol. 2, n. 2, s/d.

PEREIRA, Elaine Aparecida Teixeira. O conceito de campo de Pierre Bourdieu: possibilidade de análise para pesquisas em história da educação brasileira. In: **Revista Linhas**. Florianópolis, v. 16, n. 32, p. 337-356, set./dez. 2015.

PRADO, Paulo. **Retrato do Brasil**: ensaio sobre a tristeza brasileira. São Paulo: IBRASA, 1981.

QUEM SOMOS. **Portal Grupo Abril**. S/D. Disponível em: <<http://www.grupoabril.com.br/pt/quem-somos/>>. Acesso em: 02 jul. 2018.

RANKING das revistas nacionais por segmento. **IVC Brasil**. Disponível em: <<https://www.ivcbrasil.org.br/#/auditorias>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

REIS, José Carlos. **As identidades do Brasil**: de Varnhagen a FHC. 9. ed. ampl. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

RICOEUR, Paul. **Interpretação e ideologias**. Organização, tradução e apresentação de Hilton Japiassu. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1990.

RODRIGUES, Marcio Silva. **O novo ministério da verdade**: o discurso de Veja sobre o campo do Ensino Superior e a consolidação da empresa no Brasil. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico. Programa de Pós-Graduação em Administração. Florianópolis, 2013.

RUEDIGER, Marco Aurélio; MARTINS, Rafael; LUZ, Margareth da; GRASSI, Amaro. Ação coletiva e polarização na sociedade em rede para uma teoria do conflito no Brasil contemporâneo. In: **Revista Brasileira de Sociologia**. Vol. 02. Nº 04. Jun/Dez/2014 *p. 203-234).

SÁ, Jussara Bittencourt de. **Nação em cena**: Brasil, teatro, século XIX. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010.

SANTOS, Raissa Nascimento dos; NETO, José Cavalcanti Sobrinho; PAIVA, Cláudio Cardoso. Manifestações Sociais em Rede: Jornadas de Junho 2013. In: **VIII Simpósio Nacional da ABCiber**. Comunicação e cultura na era de tecnologias midiáticas onipresentes e oniscientes. ESPM-SP, 3 a 5 de dezembro de 2014.

SILVA, Jane Quintiliano Guimarães. **Um estudo sobre o gênero carta pessoal**: das práticas comunicativas aos indícios de interatividade na escrita dos textos. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2002.

SILVEIRA, Caren Santos. **Aspectos de organicidade entre formas discursivas de oposição veiculadas na revista *Veja* nos anos 80**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de

Pós-Graduação em História, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. PUC, 2003.

SINGER, André. Brasil, junho de 2013: Classes e ideologias cruzadas. In: **Novos estudos**. CEBRAP. No. 97. São Paulo Nov. 2013 (p. 22-41).

SKOVGAARDS-SMITH, Irene; POULFELT, Flemming. Imaginim ‘non-nationality’: Cosmopolitanism as a source of identity and belonging. In: **Human Relations**, 2017.

SÁ, Jussara Bittencourt de. **Nação em cena**: Brasil, teatro, século XIX. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2010.

SOBREIRO, Pedro. Qual a revista de maior circulação no Brasil? E no mundo? **Revista Mundo Estranho**. 17 out. 2017. Disponível em: <<https://mundoestranho.abril.com.br/cotidiano/qual-a-revista-de-maior-circulacao-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. (atualizada) – Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

STEFFEN, César. **Midiocracia**: as relações entre a mídia e a política redesenham as democracias contemporâneas. 1. ed. Porto Alegre: Armazém Digital, 2011.

TEYSSIER, Paul. **História da língua portuguesa**. Tradução de Celso Cunha. 2ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2001.

TINHORÃO, José R. **O samba agora vai...** Rio de Janeiro: JCM Editores, 1969.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

_____. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução: Leonardo Abrtitzer. 10. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

VILLAMÉA, Luiza. Revolução tecnológica e reviravolta política. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. Introdução: Pelos caminhos da imprensa no Brasil. In: **História da imprensa no Brasil**. Ana Luiza Martins e Tania Regina de Luca (organizadoras). 2. ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2015 (249-267).

VISÃO BRASIL 2030. Sumário executivo. Setembro, 2014. Disponível em: <<http://www.clp.org.br/ShowCanal/Visao-Brasil-2030?xH4d+FtVY/LEaFngcCi49Q==>>. Acesso em: 17 mai. 2018.

WERLE, Denilson Luís. Apresentação à edição brasileira. In: HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Tradução Denilson Luís Werle. 1. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2014 (p. 15-33).